அழகப்பா பல்கலைக்கழகம்





தேசியத் தர நிர்ணயக் குழுவின் மூன்றாம் சுற்றுத் தர மதிப்பீட்டில் A+(CGPA: 3.64) தகுதியும்
மனிதவள மேம்பாட்டு அமைச்சகம் - பல்கலைக்கழக மானியக்குழுவின் முதல் தரப்
பல்கலைக்கழகம் மற்றும் தன்னாட்சித் தகுதியும் பெற்றது

காரைக்குடி - 630003

தொலைநிலைக்கல்வி இயக்ககம்

முதுகலை - பொருளாதாரம்

இரண்டாமாண்டு - நான்காம் பருவம்

தாள்: 362 43



தொழில்முனைவோர் மேம்பாடு



அழகப்பா பல்கலைக்கழகம்



தேசியத் தர நிர்ணயக் குழுவின் மூன்றாம் சுற்றுத் தர மதிப்பீட்டில் A+(CGPA: 3.64) தகுதியும்
மனிதவள மேம்பாட்டு அமைச்சகம் - பல்கலைக்கழக மானியக்குழுவின் முதல் தரப்
பல்கலைக்கழகம் மற்றும் தன்னாட்சித் தகுதியும் பெற்றது)

காரைக்குடி - 630003

தொலைநிலைக்கல்வி இயக்ககம்

முதுகலை - பொருளாதாரம்

இரண்டாமாண்டு - நான்காம் பருவம்

தாள்: 362 43

தொழில்முனைவோர் மேம்பாடு

Author:
Dr. R. Vaheedha Banu, *Assistant Professor*
PG Department of Economics, Muqyyath Sha Sirguro Wakf Board College, Madurai



Vikas® is the registered trademark of Vikas® Publishing House Pvt. Ltd.

VIKAS® PUBLISHING HOUSE PVT. LTD.
E-28, Sector-8, Noida - 201301 (UP)
Phone: 0120-4078900 • Fax: 0120-4078999
Regd. Office: A-27, 2nd Floor, Mohan Co-operative Industrial Estate, New Delhi-110044
• Website: www.vikaspublishing.com • Email: helpline@vikaspublishing.com

Work Order No.AU/DDE/DE12-16/ Printing of Course Material/2020 Dated 28.02.2020 Copies – 500

பாடத்திட்டங்கள் - புத்தக வரைபட அட்டவணை

SYLLABI-BOOK MAPPING TABLE

தொழில்முனைவோர் மேம்பாடு

பகுதி – 4 பக்கம் 30 – 51

புத்தாக்கம் மற்றும் கண்டுபிடிப்புகள்

புத்தாக்கம் - பொருள் - புத்தாக்கத்திற்கும் கண்டுபிடிப்புக்கும் இடையிலான உறவு - வலது மூளையின் சிந்தனைகளை வளப்படுத்த இடது மூளை திறன்களைப் பயன்படுத்துதல் புத்தாக்கத்தின் சட்ட பாதுகாப்பு - சட்டப் பாதுகாப்பின் முக்கியத்துவம் - அறிவுசார் சொத்துரிமைகள் - செயலூக்கத் தொழில்முனைவோருக்கான கோட்பாடுகள் மாஸ்லோவின் கோட்பாடு - ஹெர்ஜ்பர்க்கின் கோட்பாடு - மெக்கிராகரின் கோட்பாடு

பிரிவு - 5 பக்கம் 52 – 71

ஒரு தொழில்முனைவோரின் திறன்கள்

ஒரு தொழில்முனைவோர் வளர்ச்சியின் திறன்கள் - தொழில்முனைவோர் திறன்களின் வகைகள் தொழில்முனைவோர் திறன்களை வளர்த்தல் - ஒரு தொழில்முனைவோரின் திறன்கள் - முடிவெடுத்தல் - சிக்கலைத் தீர்த்தல் - தொழில்முனைவோரை ஆதரிக்கும் நிறுவனங்களின் பட்டியல்

பகுதி - 6 பக்கம் 71 – 95

தொழில்முனைவோரின் அனுபவ கலாச்சாரம்

தொழில்முனைவோரின் அனுபவ கலாச்சாரம் என்பதன் பொருள் - தொழில்முனைவோரின் அனுபவ கலாச்சாரத்தின் முக்கிய பண்புகள் - தொழில்முனைவோரின் அனுபவ துணை கலாச்சாரங்கள் - தொழில்முனைவோரின் அனுபவ கலாச்சாரத்தை மாற்றுவதற்கான படிகள்
தொழில்முனைவோர் சமூகம் - மகளிர் தொழில்முனைவு - கிராமப்புற தொழில்முனைவு

பகுதி - 7 பக்கம் 96 – 124

நிர்வாக பரிணாமம்

மேலாண்மையின் தன்மை - மேலாண்மையின் நோக்கம் - மேலாண்மையின் பண்புகள் - மேலாண்மையின் முக்கியத்துவம் - மேலாண்மையின் செயல்பாடுகள் - மேலாண்மைச் சிந்தனையின் மதிப்பீடு - தொன்மையான நிர்வாகத்தின் கோட்பாடு - புதிய- தொன்மையான கோட்பாடு மேலாண்மை - மேலாண்மைச் சிந்தனையின் முக்கியப் பள்ளிகள்

பகுதி - 8 பக்கம் 125 – 146

அங்காடி (சந்தை) மதிப்பீடு

அங்காடியின் மதிப்பீடு - அங்காடி மதிப்பீடுகளின் முக்கியத்துவம் - அங்காடியின் மதிப்பீட்டுத் தேவை - அங்காடி மதிப்பீட்டின் கருவிகள் மற்றும் நுட்பங்கள் - கருவிகள் மற்றும் நுட்பங்களின் நன்மைகள் - அங்காடி மதிப்பீட்டுக் கருவிகள் மற்றும் நுட்பங்களின் வகைகள் - அங்காடி-கணக்கெடுப்பின் முறைகள் - அங்காடித் தகவலின் ஆதாரங்கள் -அங்காடியின் ஆய்வறிக்கை வழங்கல்

பகுதி - 9 பக்கம் 146 – 173

மின்னணு வர்த்தகம்

மின்னணு வர்த்தகத்தின் பொருள் - மின்னணு வர்த்தகத்தைத் தொடங்குவதற்கான படிகள் - மின்னணு வர்த்தகம் மாதிரிகள் வகைகள் - மின்னணு வர்த்தகத்தின் நன்மைகள் - மின்னணு வர்த்தகத்தின் தீமைகள் - விண்ணப்ப வகைகள் - கட்டடக்கலை மின்னணு வர்த்தகம் - மின்னணு வர்த்தகத்தின் சவால்கள் - மின்னணு வர்த்தகத்தின் வாய்ப்புகள் - 2019இல் மின்னணு வர்த்தகத்திற்கான சமீபத்திய போக்குகள்

பகுதி - 10 பக்கம் 173 – 188

தொழில்முனைவோரின் பரிணாமம்

வரலாற்று முன்னோக்கமுள்ள சந்தை மதிப்பீடு - உலகளாவிய இந்திய தொழில்முனைவோர் - நிறுவனங்களின் சந்தை மதிப்பீடு - என்.எஸ்.ஐ.சி (தேசிய சிறு தொழில்கள் கழகம்) (NSIC) - சிறு தொழில்கள் மேம்பாட்டு அமைப்பு (SIDO) - காதி மற்றும் கிராம தொழில் ஆணையம் (KVIC) - மாநில சிறு தொழில்கள் கழகம் (SIC) - மாநில நிதிக் கூட்டுத்தாபனம் (SFC) - மாநில கைத்தொழில் அபிவிருத்தி நிறுவனங்கள் (SIDC) - தொழில்நுட்ப ஆலோசனை நிறுவனங்கள் (TCO) - நவீன தொழில்முனைவோர்

பகுதி - 11 பக்கம் 189 – 212

வரையறுக்கப்பட்ட வளர்ச்சி

தொழில்முனைவோரின் வளர்ச்சியை எதிர்கொள்ளும் அணுகுமுறை - குறிக்கோளை அடைவதற்காக திட்டமிடலின் தேவை - வளர்ச்சி நிலையைப் புரிந்துகொள்வது - தொழில்முனைவின் தனித்துவமான நிர்வாகம் - ஒரு நிறுவனத்திற்கு தொழில்முனைவின்

நன்மைகள் - தொழில்முனைவைப் பாதிக்கும் காரணிகள் - வளர்ந்து வரும் நிறுவனத்தின் தொழில் கடமைகள் - தொழில் கடமைகளை மதிப்பீடு செய்தல்

பகுதி - 12 **பக்கம் 212 – 257**

நிதி பகுப்பாய்வு (Financial Analysis)

நிதி பகுப்பாய்வின் வகைகள் - நிதி பகுப்பாய்வின் ஐந்து முக்கிய இயல்புகள் - விகித பகுப்பாய்வு - முதலீட்டு செயல்முறை - சமநிலைப் பகுப்பாய்வு - லாப பகுப்பாய்வு - இலாப விகிதங்கள் - சமூக செலவு - செலவு-பயன் பகுப்பாய்வு - திட்டமிடல் மற்றும் நிதிநிலை (வரவு செலவு) பட்டியல் செயல்முறை - 1948-ல் தொழிற்சாலைகளுக்கான சட்டம்

பிரிவு - 13 **பக்கம் 258 – 285**

தொழில்முனைவோரின் வளர்ச்சிக்கான நிறுவனம்

இந்தியாவில் உள்ள தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு நிறுவனங்கள் - மாநில அளவிலான நிறுவன வலையமைப்பு - தேசிய அளவிலான நிறுவன வலையமைப்பு - சர்வதேச அளவிலான நிறுவன வலையமைப்பு - நிலையான அமைப்பின் பங்கு - தொழில் முனைவோர் மேம்பாட்டு திட்டங்களின் பங்கு (EDP) - இந்திய தொழில்முனைவில் நிதி நிறுவனங்களின் பங்கு - இந்தியாவின் நிதி நிறுவனங்கள் - தொழில்முனைவோருக்கான வங்கி நிதி - நிதி திட்டமிடல் நிதி நிறுவன வளர்ச்சியின் பங்கு - பொருளாதார வளர்ச்சியில் வெற்றிக்கான எழுச்சி தொடர்பான தொழில்முனைவோரின் செயல்பாடுகள்

பகுதி - 14 **பக்கம் 286 – 312**

அரசாங்கத் திட்டங்கள்

அரசாங்கத் திட்டங்கள் - மத்திய அரசுத் திட்டங்கள் - மாநில அளவிலான நிதி நிறுவனங்கள் மாநில அரசு திட்டம் - உங்களுடைய முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்கவும்

பிரிவு – I

பகுதி - 1

தொழில்முனைவோர் ஓர் அறிமுகம்

குறிப்பு

அமைப்பு

1.1 அறிமுகம்

ஒரு நாட்டின் பொருளாதார வளர்ச்சியில் தொழில்முனைவோருக்கு முக்கிய பங்கு உண்டு. தொழில்முனைவோர் மற்றும் தொழில்நுட்ப பல்வகைப்படுத்தலை ஊக்குவிக்க நேர்மறையான தலையீடு இல்லாத அணுகுமுறைகளைக் கண்டறிய அரசாங்கம் முயற்சிக்கிறது. வளர்ச்சியடைந்த பொருளாதாரத்தில் அதிகளவிலான தொழில்முனைவு

காணப்படுகிறது. வளர்ந்துவரும் நாடுகளில், தொழில்முனைவோரின் நிலை குறைந்து காணப்படுகிறது.

குறிப்பு

1.2 கற்றலின் நோக்கங்கள்

1. தொழில்முனைவோரின் இலக்கணம் மற்றும் அதன் முக்கியத்துவத்தையும் அறிந்து கொள்வது.
2. தொழில்முனைவோரை பாதிக்கும் காரணிகளைப் புரிந்துகொள்வது.
3. ஒரு தொழில்முனைவோரின் இயல்புகளை அறிந்துகொள்வது.

1.3 தொழில்முனைவோர்- இலக்கணம்

“தொழில்முனைவோர்’ என்ற சொல் பிரெஞ்சு வார்த்தையான ‘என்ட்ரெப்ரெண்ட்ரே’ என்பதிலிருந்து உருவானது. பிரான்சில் வசிக்கும் ஐரிஷ் நாட்டு மனிதரான ரிச்சர்ட் கான்டிலன், ஒரு புதிய முயற்சியை செயல்படுத்துவதற்கு எதிர்கொள்ளும் சவால்களைக் செயல்பாட்டைக் குறிக்கும் ‘தொழில்முனைவோர்’ என்ற வார்த்தையை அறிமுகப்படுத்திய முதல் பொருளாதார நிபுணரும் இவரே ஆவார்.

தொழில்முனைவோர் என்பது லாபம் ஈட்டுவதற்காக தனது சொந்த தொழில் அல்லது தொழில்துறை நிறுவனத்தை நிறுவும் ஒரு நபரைக் குறிக்கிறது.

தொழில்முனைவோர் என்ற வார்த்தைக்கு பல்வேறு இலக்கணங்கள் உள்ளது என்று பல்வேறு நிபுணர்கள் வரையறுத்துள்ளனர். சில வரையறைகள் பின்வருமாறு:

ஜே.ஏ. சும்பீட்டர் என்பவர் கருத்துப்படி, “புதுமையான மாற்றங்களை அறிமுகப்படுத்துபவர் ஒரு தொழில்முனைவோர், அவர் பொருளாதார வளர்ச்சியின் ஒருங்கிணைந்த பகுதியாகும்”.

வெப்ஸ்டரின் கூற்றுப்படி, “தொழில்முனைவோர் என்பவர் வணிகத்தின் இடர்பாடு மற்றும் நிர்வாகத்தை ஏற்றுக்கொள்பவர்” ஆவார்.

குறிப்பு

"தொழில்முனைவோரின் செயல்பாடு என்னவென்றால், தங்களது கருத்துக்களை வணிகமாக ஊக்குவித்தல்" என்று டியூயிங் கூறுகிறார்.

பீட்டர் டக்கரின் கருத்துப்படி, "ஒரு தொழில்முனைவோர் எப்போதும் மாற்றத்தைத் தேடுகிறார், அவற்றை எதிர்கொள்கிறார், அதை ஒரு வாய்ப்பாக ஏற்றுக் கொள்கிறார். புதுமை என்பது தொழில்முனைவோரின் ஒரு குறிப்பிட்ட கருவியாகும், இதன் மூலம் அவர்கள் வெவ்வேறு வணிக அல்லது சேவைக்கான வாய்ப்பை மாற்றிக் கொள்கிறார்கள்.

எனவே, ஒரு தொழில்முனைவோர் எப்போதும் நடவடிக்கை சார்ந்தவர். கருத்துக்கள் உருவாக்கத்திலிருந்து அதை உண்மைப்படுத்துதல் வரை தேவையான நடவடிக்கைகளை கற்பனை செய்யும் திறன் அவருக்கு இருக்கவேண்டும். மேற்கூறிய அனைத்து வரையறைகளும் ஒரு தொழில்முனைவோரை நடவடிக்கையில் துவங்கி, சமூக பொருளாதார மாற்றத்தின் தூண்டுதல் மற்றும் வளங்களை பயன்படுத்துபவர் என கருதப்படுகின்றன.

1.4 தொழில்முனைவோரின் முக்கியத்துவம்

சமூக மாற்றத்தை ஊக்குவிப்பதில் தொடங்கி புதுமையை உருவாக்குவது வரை பல காரணங்களுக்காக தொழில்முனைவோர் முக்கியம்.

1. தொழில்முனைவோரின் முயற்சிகள் புதிய செல்வத்தை உருவாக்கும், புதிய மற்றும் மேம்பட்ட தயாரிப்புகள், சேவைகள் அல்லது தொழில்முனைவோரிடமிருந்து தொழில்நுட்பங்கள் புதிய சந்தைகளை உருவாக்க மற்றும் புதிய செல்வத்தை உருவாக்க உதவுகின்றன.

2. கூடுதலாக, அதிகரித்த வேலைவாய்ப்பு மற்றும் அதிக வருவாய் ஆகியவை மேலான வரி வருவாயின் வடிவத்தில் சிறந்த தேசிய வருமானத்திற்கு பங்களிக்கின்றன மற்றும் அரசாங்கத்தின் அவசியமான செலவினங்களுக்கும், மற்ற நலிந்த துறைகளுக்கும் மற்றும்

மனித மூலதனத்திலும் இந்த வருவாயை அரசாங்கம் முதலீடு செய்து பயன்படுத்தலாம்.

குறிப்பு

3. தொழில்முனைவோர், தனித்துவமான பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை அறிமுகப்படுத்துவதன் மூலம் சமூக மாற்றத்தை உருவாக்குகிறார்கள், தொழில்முனைவோர் பாரம்பரியத்திலிருந்து விலகி, முழுமையான அமைப்புகள் மற்றும் தொழில்நுட்பங்களை பயன்படுத்துகின்றன.

4. தொழில்முனைவோர் சமூக திட்டங்களில் முதலீடு செய்கிறார்கள் மற்றும் உள்;ர் தொண்டு நிறுவனங்களுக்கு நிதி உதவியை வழங்குகிறார்கள். இது அவர்களின் சொந்த முன்னேற்றத்திற்கு அப்பால் அவர்களது நாட்டின் வளர்ச்சிக்கும் உதவுகிறது.

5. தொழில் முனைவோர் பொதுமக்களிடம் உள்ள பயனற்ற ∴ செயலற்ற சேமிப்பைத் திரட்டுவதன் மூலம் மூலதன உருவாக்கத்தை ஊக்குவிக்கின்றனர்.

6. தொழில்முனைவோர் ஒரு நாட்டின் ஏற்றுமதி வர்த்தகத்தை ஊக்குவிக்கின்றனர், இது பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு ஒரு முக்கிய அங்கமாகும்.

7. தொழில்முனைவோர் நாட்டில் வேலையின்மை பிரச்சினையை குறைக்க, வணிக மற்றும் தொழில்துறை முயற்சிகளை நிறுவுகின்றனர்.

8. தொழில்முனைவோர் புதிய உற்பத்தி முயற்சிகளின் அபாயங்களை ஏற்றுக்கொள்ள முன்வருவதன் மூலம் பொருளாதார வளர்ச்சியை ஊக்குவிக்கின்றனர்.

9. தொழில்முனைவோர் புதிய வாய்ப்புகளை உணர்ந்து அவற்றை செயல்படுத்துவதன் மூலம் பொருளாதார வளர்ச்சியின் செயல் ஊக்கியாக அல்லது முகவராக செயல்படுகிறார்கள்.

10. தொழில் முனைவோர் வளர்ச்சியின் முக்கியத்துவத்தை உணர்ந்து, திட்டமிடுபவர்கள் மற்றும் கொள்கை வகுப்பாளர்கள் நாட்டின் பல்வேறு தொழில் செய்யும் குழுக்களுக்கு தொழில் முனைவோர் மேம்பாட்டு திட்டங்களை (நுனீ) வகுத்துள்ளனர்.

1.5 இந்தியாவில் தொழில்முனைவு எனும் கூற்றின் பரிணாமம்

குறிப்பு

இந்தியாவில், கைவினைத் தொழில்முனைவு என்பது மனித நாகரிகத்தைப் போலவே பழமையானது. பிரிட்டிஷ் காலனித்துவத்திற்கு முன்பு, பொருளாதார நடவடிக்கைகளின் மையம் கிராமபுறங்களே. கிராமங்கள் விவசாயிகள், கைவினைஞர்கள் மற்றும் மதகுருமார்கள் ஆகியோரை உள்ளடக்கியிருந்தது. இந்திய கைவினைப் பொருட்கள் உலகளவில் புகழ் பெற்றன. 'தொழில்முனைவோர்' என்ற சொல் பிரெஞ்சு மொழியிலிருந்து உருவானது, அதாவது 'பொறுப்பேற்றுக்கொள்வது" என்பது ஆகும்.

கிழக்கிந்திய கம்பெனி நிறுவப்பட்ட பின்னர், இந்திய பொருளாதாரத்தில் பல்வேறு மாற்றங்கள் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டன. பத்தொன்பதாம் நூற்றாண்டில் உற்பத்தி தொழில்முனைவு நிறுவப்பட்டு ஊக்குவிக்கப்பட்டது. 1911ஆம் ஆண்டில், டாடா நிறுவனம் முதல் எஃகு தொழிற்துறையை நிறுவியது. பம்பாய் மற்றும் அகமதாபாத்தில் பல ஜவுளி ஆலைகள் அமைக்கப்பட்டன. 20ஆம் நூற்றாண்டின் தொடக்கத்தில், சில தொழில்களுக்கு பாதுகாப்பை வடிவமைக்க இந்திய அரசு ஒப்புக்கொண்டது. இந்த பாதுகாப்பு தொழிற்சாலை உற்பத்தித் தொழில்களை நிறுவ உதவியது.

நிர்வாக முகமை அமைப்பு 1936இல் தொடங்கப்பட்டது. நிர்வாக முகமையின் இருப்பிடமாக கிழக்கு இந்தியாவில் வணிக, வர்த்தகம் மற்றும் வங்கியில் நுழைந்த உண்மையான தொழில்முனைவோரால் தொடங்கப்பட்டது.

சுதந்திரத்திற்குப் பிறகு, தொழில்முனைவு வேகமாக வளரத் தொடங்கியது. இந்திய அரசாங்கம் 1948இல் முதல் தொழில்துறை கொள்கை தீர்மானத்தை வடிவமைத்தது. இந்த தொழில்துறை கொள்கை நகரங்கள், சிறுநகரம் மற்றும் கிராமங்களில் தொழில்முனைவைப் பற்றி பரப்புவதன் மூலம் பல்வேறு வகையான தொழில்களை நிறுவ வேண்டியதன் அவசியத்தை வலியுறுத்தியது.

இந்திய அரசு 1951 ஆண்டு முதல் ஐந்தாண்டு திட்டங்களை வகுத்தது. இரண்டாவது ஐந்தாண்டு திட்டம் 1956-1961 காலப்பகுதியில்

குறிப்பு

வடிவமைக்கப்பட்டது. இரண்டாவது ஐந்தாண்டு திட்டத்தின் போது சிறிய அளவிலான தொழிற்துறையை அபிவிருத்தி செய்வதற்கும் பலப்படுத்துவதற்கும் பல்வேறு நடவடிக்கைகள் எடுக்கப்பட்டுள்ளன. மூன்றாவது ஐந்தாண்டுத் திட்டம் நிறுவன நிதி, மானியங்கள், விற்பனை தள்ளுபடி மற்றும் பாதுகாப்புடன் கூடிய சந்தை ஆகியவற்றைக் கொண்டு சிறிய அளவிலான தொழில்களை கிராமப்புற மற்றும் சிறு நகரங்களில் பரப்ப ஊக்குவித்தது. ஐந்தாவது ஐந்தாண்டுத் திட்டம் தொழில்முனைவோரை மேம்படுத்துதல், ஆலோசனை சேவையை வழங்குதல் மற்றும் தொழில்கள் தொடங்குவதற்கான ஊக்கத்தொகைகளுக்கு முக்கியத்துவம் அளித்தது. ஆறாவது ஐந்தாண்டு திட்டத்தில், தேசிய அபிவிருத்தி செயல்திட்டத்தின் நோக்கம், கிராமம் மற்றும் சிறிய அளவிலான தொழில்களை மேம்படுத்துவதாகும், தொழில்துறை கொள்கை, 1991-ல் சிறிய அளவிலான துறையை வலுப்படுத்த முக்கியத்துவம் அளித்தது. பயிற்சி, ஊக்கத்தொகை மற்றும் பிற உதவிகளை வழங்குவதன் மூலம் முதல் தலைமுறை தொழில்முனைவோரை இந்திய அரசு ஊக்குவித்தது.

எட்டாவது ஐந்தாண்டுத் திட்டம் தொழில்துறை வளர்ச்சியில் தனி மனித முயற்சி மற்றும் தொழில்முனைவோருக்கு முக்கியத்துவம் அளித்தது. தொழில் சம்பந்தப்பட்ட பாடத்திட்டம் மற்றும் பிற பட்டப்படிப்பு படிப்புகளை வகுப்பதில் (நுஹீ) தொழில் முனைவோர் மேம்பாட்டு திட்டங்களின் மூலம் முன்னெடுக்கப்பட்டன

பொறியாளர்கள், தொழில்நுட்ப வல்லுநர்கள் மற்றும் படித்த வேலையற்ற இளைஞர்களிடையே தொழில் முனைவோர் உணர்வை வளர்ப்பதற்கும் அவர்களின் சொந்த தொழில்துறை பிரிவுகளை அமைப்பதற்கும் அரசாங்கம் பல நடவடிக்கைகளை எடுக்கிறது.

1.6 தொழில்முனைவோரை பாதிக்கும் காரணிகள்

தொழில்முனைவோரின் வளர்ச்சியை பாதிக்கும் சில முக்கிய காரணிகள் உள்ளன. தொழில்முனைவோரை பாதிக்கும் காரணிகளை பின்வருமாறு பார்க்கலாம்:

குறிப்பு

1.6.1 பொருளாதார காரணிகள்

1.6.2 சமூக காரணிகள்

1.6.3 கலாச்சார காரணிகள்

1.6.4 ஆளுமை காரணிகள்

1.6.5 உளவியல் காரணிகள்.

1.6.1. பொருளாதார காரணிகள்

பொதுவாக, வளர்ந்த மற்றும் வளரும் நாடுகளில், பொருளாதார காரணிகள் தொழில்முனைவோரின் வளர்ச்சியை பாதிக்கின்றன.

(i) அடிப்படை வசதிகள் இல்லாதது:

மின்சார வசதிகள், போதுமான நீர்ப்பாசன வசதிகள், நவீன போக்குவரத்து மற்றும் தகவல் தொடர்பு மற்றும் சமீபத்திய தொழில்நுட்பம் போன்ற சில அடிப்படை உள்கட்டமைப்பு வசதிகள் புதுமையான நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்வதற்கு மிகவும் அவசியம். இந்த உள்கட்டமைப்பு வசதிகள் போதுமானதாக இல்லை. ஒரு தொழில்முனைவோர் இந்த உள்கட்டமைப்புகளை உருவாக்க அதிக செலவு செய்ய முடியாது. எனவே முதலீட்டின் செலவுகள் மிக அதிகமாக இருப்பதால் புதுமைகளைச் செயல்படுத்த முடியாமல் அவர்கள் தன்னம்பிக்கையை இழக்கிறார்கள்.

(ii) மூலதன பற்றாக்குறை

புதுமைகளுக்கும் நவீன தொழில்நுட்பத்திற்கும் மூலதன உபகரணங்கள் மற்றும் கருவிகளை இறக்குமதி செய்வதற்கு பெரும் மூலதன முதலீடு தேவைப்படுகிறது: தொழில்முனைவோர் அதிகமான போக்குவரத்து கட்டண செலவு மற்றும் காப்பீட்டு செலவுகளை ஏற்க வேண்டிய சூழ்நிலை உள்ளது. மூலதனப் பொருட்களை இறக்குமதி செய்வதற்கு கணிசமான அளவு அந்நிய செலாவணி தேவை இருப்பதால் மூலதன பற்றாக்குறை ஏற்படுகிறது. இது மேலும் தொழில்முனைவோரின் வளர்ச்சியை பாதிக்கின்றன

குறிப்பு

(iii) வணிகத்தில் தவிர்க்க முடியாத அபாயங்கள்

வளர்ந்த நாடுகளை விட வளர்ச்சியடையாத மற்றும் வளரும் நாடுகளில் தொழில் முனைவோர் எதிர்கொள்ளும் அபாயங்கள் அதிகம். காரணங்கள்:

1. உள்நாட்டு மற்றும் வெளிநாட்டு பொருளாதார கொள்கைகளில் உறுதியற்ற தன்மை.
2. தேவைக்கான பருவகால ஏற்ற இறக்கங்கள் காரணமாக, சந்தை நிலைமைகளில் உறுதியற்ற தன்மை உள்ளது.
3. ஒரு தொழில்முனைவோருக்கு சந்தையின் தேவை மற்றும் அவற்றின் விலையை சரியாக மதிப்பிட இயலாத நிலை.
4. வளர்ச்சி குறைவான நாடுகளில், உள்நாட்டு சந்தை சிறியது. இந்த நாடுகளில் உள்ள தொழில்முனைவோர் வெளிநாட்டு போட்டியாளர்களை எதிர்கொள்ள முடியாது.

(iv) மூலப்பொருட்கள் பற்றாக்குறை

மூலப்பொருட்களின் அளிப்பு கிடைப்பது ஆண்டு முழுவதும் ஒரே மாதிரியாக இல்லை. சேமிப்பு கிட்டங்கி வசதிகள் இல்லாததால், மூலப்பொருட்களை ஏராளமாக சேமிக்க முடியாது.

(v) திறமையான தொழிலாளர் பற்றாக்குறை

வளர்ச்சியடையாத மற்றும் வளரும் நாடுகளில், உழைப்பாளர்களின் பாரம்பரிய திறன்கள் நவீன தொழில்துறைகளில் வேலை செய்ய போதுமான திறமை இல்லை.

1.6.2 சமூக காரணிகள்

ஒரு நாட்டில் தொழில்முனைவோரை ஊக்குவிப்பதில் சமூக காரணிகள் குறிப்பிடத்தக்க பங்கு வகிக்கின்றன. சில சமூக காரணிகள் பின்வருமாறு.

குறிப்பு

(i) பழக்கவழக்கம் மற்றும் மரபு

வளர்ந்த மற்றும் வளரும் நாடுகளில், பழக்கவழக்கம் மற்றும் மரபுகள் போன்றவை உற்பத்தியை முடிவெடுப்பதில் ஆதிக்கம் செலுத்துகின்றன. தொழில்முனைவோர் தங்கள் தனிப்பட்ட புதுமை முயற்சியைவிட பழமையான பழக்கவழக்கங்களையும், மரபுகளையும் பின்பற்றுகின்றனர்.

(ii) பகுத்தறிவற்ற சமூகம்

வளங்களைப் பயன்படுத்துவது தொடர்பான முடிவுகள் அனுபவ உண்மைகள் மற்றும் விமர்சன விஞ்ஞான தரங்களை அடிப்படையாகக் கொண்டால் ஒரு சமூகம் பகுத்தறிவு என்று கூறப்படுகிறது. எனவே பகுத்தறிவு அல்லாத சமூகத்தின் நிலையின் காரணமாக வளர்ந்த நாடுகளின் செயல்பாடுகள் ஒப்பிடும் பொழுது பழமையான தொழில்முனைவு பொருத்தமற்றகிறது.

(iii) சமூக அமைப்பு

வளர்ச்சி குறைவான நாடுகளில், கல்வி, ஆராய்ச்சி மற்றும் பயிற்சிக்கு மிகக் குறைந்த முக்கியத்துவம் கொடுக்கப்பட்டது. இந்த சூழ்நிலையில் தொழில்முனைவோரின் திறமையை உருவாக்க முடியாது. கூட்டு குடும்ப அமைப்பு நடைமுறையில் இருந்தால், தொழில்முனைவோராக உருவெடுக்கமுடியாது

1.6.3. கலாச்சார காரணிகள்

ஒரு நாட்டில், நடைமுறையில் உள்ள கலாச்சார காரணிகள் தொழில்முனைவோர் நடவடிக்கைகளின் அளவை தீர்மானிக்கும். தொழில்முனைவோரின் நோக்கங்கள் என்பது இலாப அதிகரிப்பு, சமூக அந்தஸ்தை அடைதல், கௌரவம் போன்றவை ஆகும். இந்த நோக்கங்கள் தொழில்முனைவோரை அதிக முதலீடு செய்ய ஊக்குவிக்கும். ஆனால் வளர்ச்சி குறைவான நாடுகளில், பொருளாதாரமற்ற செயல்பாடுகளால் சமூக அந்தஸ்தைப் பெறுவதற்கு

மக்களுக்கு பிற வாய்ப்புகள் உள்ளன. எனவே தொழில்முனைவோர் உருவாக்கப்படவில்லை.

குறிப்பு

1.6.4. ஆளுமை காரணிகள்

(i) அவநம்பிக்கையுள்ள (ஐயமுள்ள) ஆளுமை

வளர்ச்சி குறைவான நாடுகளில், மக்கள் ஒரு தொழில்முனைவோரை சந்தேகத்திற்கிடமான ஆளுமையுடன் பார்க்க முனைகிறார்கள். ஒரு தொழில்முனைவோர் லாபம் ஈட்டுபவர் மற்றும் சுரண்டப்படுபவர் என மக்கள் நினைக்கிறார்கள்.

(ii) திட்டத்தின் வெளிப்பாடு

வளர்ந்த நாடுகளில், பொருளாதார முன்னேற்றத்தை அடைவதற்கான வழிமுறையாக மக்கள் திட்டமிடலை நாட விரும்புகிறார்கள். திட்டமிடல் கட்டுப்பாடுகளை விதிக்கிறது மற்றும் இது தொழில்முனைவோரின் ஆளுமைக்கு எதிரானது.

1.6.5. உளவியல் காரணிகள்

தொழில்முனைவோரை பாதிக்கும் பல உளவியல் காரணிகள் உள்ளன. அந்தஸ்தின் தீவிர இழப்பு போன்ற சமூக மாற்றத்தின் உளவியல் விளைவுகள் தொழில்முனைவோருக்கு மூல காரணம் ஆகும். கூலின் கூற்றுப்படி, 'செல்வத்தைத் தவிர, தொழில்முனைவோர் அதிகாரம், கௌரவம், பாதுகாப்பு மற்றும் சமூகத்திற்கான சேவையை நாடுகிறார்கள்.

1.7 ஒரு தொழில்முனைவோரின் பண்புகள் .

தொழில்முனைவோர் ஒரு மனிதர், அவர் தனது கண்ணியம், சுய மரியாதை, மதிப்புகள், உணர்வுகள், மற்றும் கனவுகளை பொருளாதார நிலைக்கும் மேலாக வைத்திருக்கிறார். ஒரு உண்மையான தொழில்முனைவோர் பின்வரும் தொழில்முனைவோருக்கான பண்புகள் வைத்திருக்க வேண்டும்.

குறிப்பு

1. இடர்களைத் தாங்குதல்
2. கடின உழைப்பு
3. முடிவெடுப்பது
4. புதுமை புனைதல் .
5. உயர்ந்த சாதனைக்கான ஆசை
6. ஊக்குவிப்பவர்
7. சிக்கல் தீர்க்கும் திறன்
8. புதிய வாய்ப்புகளைத் தேடுதல்
9. முறையான திட்டமிடல் மற்றும்
10. தொழில்நுட்ப அறிவு மற்றும் மேற்கண்ட குணாதிசயங்களில் மாற்றம் செய்தல்.

ஒரு தொழில்முனைவோர் இரண்டு அடிப்படை பிரிவுகளில் வகைப்படுத்தப்படுகிறார்.

1. புதுமை புனைதல்

ஒரு தொழில்முனைவோர் புது முயற்சி அல்லது வித்தியாசமாக ஏதேனும் செய்ய வேண்டும். இந்த பண்புதான் தொழில்முனைவோருக்கு இன்றியமையாததாக உள்ளது. தொழில்முனைவோர் புதிய தயாரிப்புகளை கண்டுபிடித்தவர்கள் அல்ல என்றாலும், இந்த கண்டுபிடிப்புகளை தங்கள் நிறுவனங்களின் நலனுக்காகவும் வாடிக்கையாளர்களிடமும் பயன்படுத்துவதற்கான திறன் அவர்களுக்கு உள்ளது.

ஷூம்பீட்டரின் கூற்றுப்படி, பல தொழில்முனைவோர் பின்வரும் ஏதேனும் ஒரு பிரிவில் அடங்குவர்.

a. ஒரு புதிய தயாரிப்பு அறிமுகம்

b. ஒரு குறிப்பிட்ட தயாரிப்பு முன்னர் அறிமுகப்படுத்தாத புதிய சந்தையைத் திறத்தல்.

c. மூலப்பொருட்களை வழங்குவதற்கான புதிய மூலத்தைக் கண்டுபிடித்தல்.

குறிப்பு

d. ஒரு ஏகபோக நிலையை உருவாக்குவதன் மூலம் அல்லது அதை உடைப்பதன் மூலம், ஒரு தொழில்முனைவோர் ஒரு தொழில்துறையின் புதிய வடிவமைப்பை உருவாக்குகிறார்.

2. இடர்களைத் தாங்குதல்

ஒரு தொழில்முனைவோரின் ஒரு முக்கியமான செயல்பாடு, நிறுவனத்தின் முதலீடு மற்றும் நிறுவனத்தின் விரிவாக்கத் திட்டத்தில் நிச்சயமற்ற தன்மையைக் குறைப்பதாகும், புதிய மற்றும் வித்தியாசமான ஒன்றை அறிமுகப்படுத்துவதால், தொழில்முனைவோர் என்பது இடர்களைத் தாங்குவதை உள்ளடக்கியது. கடுமையான போட்டி, அரசாங்க கொள்கைகளில் மாற்றம், வாடிக்கையாளர்களின் சுவை மற்றும் விருப்பங்களில் மாற்றம், உழைப்பு மற்றும் மூலப்பொருட்களின் பற்றாக்குறை ஆகியவை ஒரு நிறுவனத்தின் லாபத்தை பாதிக்கும்.

1.8 தொழில்முனைவோருக்கும் தொழில்முனைவுக்கும் உள்ள வேறுபாடு

தொழில்முனைவோர் மற்றும் 'தொழில்முனைவு' ஆகிய இரண்டு சொற்கள் ஒரே நாணயத்தின் இரண்டு பக்கங்களாக இருந்தாலும், கருத்துப்படி அவை வேறுபட்டவை. அடிப்படையில், தொழில்முனைவோர் ஒரு வணிகத் தலைவர் மற்றும் அந்த வணிகத்துடன் அவர் நிகழ்த்திய செயல்பாடுகளால் தொழில்முனைவோர் என்றழைக்கப்படுகிறது.

தொழில்முனைவோருக்கும் தொழில்முனைவுக்கும் இடையிலான உறவு பின்வரும் அட்டவணையில் கொடுக்கப்பட்டுள்ளது.

குறிப்பு

அட்டவணை 1

தொழில்முனைவோருக்கும் தொழில்முனைவுக்கும் இடையிலான உறவு

தொழில்முனைவோர்	தொழில்முனைவு
நபர்	செயல்பாடு ∴ செயல்முறை
அமைப்பாளர்	அமைப்பு
கண்டுபிடிப்பாளர்	கண்டுபிடிப்பு
தலைவர்	தலைமை
ஊக்குவிப்பவர்	ஊக்கம்
இடர் எதிர்கொள்பவர்	இடர்பாடு
துவக்கியவர்	முன்முயற்சி
கற்பனையாளர்	பார்வை
தொழில்நுட்பமானவர்	தொழில்நுட்பம்
பின்பற்றுபவர்	பின்பற்றுதல்
படைப்பாளர்	படைப்பு
நிர்வாகி	நிர்வாகம்

1.9 உங்களுடைய முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்கவும்:

1. தொழில்முனைவோர் பற்றி வரையறுக்கவும்.
2. தொழில்முனைவோரின் ஏதேனும் ஐந்து முக்கியத்துவங்களை குறிப்பிடவும்?
3. தொழில்முனைவோரை பாதிக்கும் காரணிகளை பட்டியலிடுங்கள் .

1.10 சுருக்கம்:

சிறு நிறுவனங்களைத் திட்டமிட, செயல்படுத்த மற்றும் நிர்வகிக்க தொழில்முனைவோருக்கு சில அறிவு, திறன் மற்றும் பண்புகள் இருக்க வேண்டும். தொழில்முனைவோர் எப்போதுமே பொருளாதார அமைப்பை

குறிப்பு

அதன் மாற்றத்தை சிறப்பானதாக்கும் முயற்சியில் இருக்கிறார். தொழில்முனைவோர் தங்கள் தொழில்முனைவோர் நடவடிக்கைகள் மூலம் முன்னேற்றத்தைத் தூண்டுகிறார்கள் மற்றும் பொருளாதார வளர்ச்சியை அடைய உந்துதலின் முக்கிய முகவராக செயல்படுகிறார்கள். வளர்ச்சி குறைந்த பொருளாதாரத்திலுள்ள நாட்டை வளர்ந்த பொருளாதாரத்திற்கு மாற்றும் திறன் அவர்களுக்கு உள்ளது. தொழில்முனைவோரின் ஆர்வம் என்பது லாபத்தால் மட்டுமல்ல. தொழில்முனைவோரை ஊக்குவிக்கும் காரணிகளை அடையாளம் காண இந்தியாவில் பல ஆராய்ச்சி ஆய்வுகள் நடத்தப்பட்டுள்ளன. இந்த காரணிகள் கல்வியின் பின்னணி, தொழில் அனுபவம், உற்பத்தி வரிசையில் சுயாதீனமாக பணியாற்றும் விருப்பம், குடும்ப பின்னணி, தொழில்நுட்பம் / மூலப்பொருள் கிடைப்பது மற்றும் நிதி நிறுவனத்தின் உதவி ஆகியவை அடங்கும்.

1.11 குறுகிய பதில்களுக்கான கேள்விகள்

1. நிறுவனத்தின் மேலாளர் என்பவர் யார்?
2. தொழில்முனைவோர் பற்றி வரையறுக்கவும்.
3. தொழில்முனைவோரை தொழில்முனைவிலிருந்து வேறுபடுத்துங்கள்.
4. தொழில்முனைவோரின் முக்கியத்தும் பற்றி எழுதவும்.

1.12 நீண்ட பதில்களுக்கான கேள்விகள்

1. தொழில்முனைவோரை பாதிக்கும் காரணிகளை விவரிக்கவும்.

2. இந்தியாவில் தொழில்முனைவோரின் பரிணாம வளர்ச்சி மற்றும் வளர்ச்சி குறித்த கணக்கைக் கொடுக்கவும்.

3. ஒரு தொழில்முனைவோர் நிகழ்த்தும் முக்கிய செயல்பாடுகளை விளக்குங்கள்.

4. ‘தொழில்முனைவோர் என்பவர் கனவு காண்பவர் அல்ல”. ஒரு தொழில்முனைவோரின் பண்புகளை விளக்குங்கள்.

1.13 உங்களுடைய முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்கும் பதில்கள்

குறிப்பு

ஜே.ஏ. ஷும்பீட்டர் கூறுகிறார், "புதுமையான மாற்றங்களை அறிமுகப்படுத்துபவர் ஒரு தொழில்முனைவோர், அவர் பொருளாதார வளர்ச்சியின் ஒருங்கிணைந்த பகுதியாகும்".

வெப்ஸ்டரின் கூற்றுப்படி, "தொழில்முனைவோர் வணிகத்தின் ஆபத்து மற்றும் நிர்வாகத்தை ஏற்றுக்கொள்பவர்".

தொழில்முனைவோர் ஒரு நாட்டின் ஏற்றுமதி வர்த்தகத்தை ஊக்குவிக்கின்றனர், இது பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு ஒரு முக்கிய அங்கமாகும்.

தொழில்முனைவோர் நாட்டில் வேலையின்மை பிரச்சினையைத் தீர்க்கும் வணிக மற்றும் தொழில்துறை முயற்சிகளை உருவாக்குகின்றனர்.

தொழில்முனைவோர் உற்பத்தி முயற்சிகளின் அபாயங்களை ஏற்றுக்கொள்ள முன்வருவதன் மூலம் பொருளாதார வளர்ச்சியை ஊக்குவிக்கின்றனர்.

தொழில்முனைவோர் வாய்ப்புகளை உணர்ந்து அவற்றை செயல்படுத்துவதன் மூலம் பொருளாதார வளர்ச்சியின் செயல் ஊக்கியாக அல்லது முகவராக செயல்படுகிறார்கள்.

தொழில்முனைவோர் வளர்ச்சியின் முக்கியத்துவத்தை உணர்ந்து, திட்டமிடுபவர்கள் மற்றும் கொள்கை வகுப்பாளர்கள் நாட்டின் பல்வேறு இலக்கு குழுக்களுக்கு தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு திட்டங்களை (EDP) வகுத்துள்ளனர்.

பொருளாதார காரணிகள்

சமூக காரணிகள்

கலாச்சார காரணிகள்

ஆளுமை காரணிகள்

மனோதத்துவ காரணிகள்

குறிப்பு

பகுதி - 2

தொழில்முனைவோரின் வகைகள்

அமைப்பு

2.1 அறிமுகம்

2.1.1 கற்றலின் நோக்கங்கள்

2.2. வணிகத்தின் வகைகள் அடிப்படையில்

2.2.1 வணிக தொழில்முனைவோர்

2.2.2 தொழில்துறை தொழில்முனைவோர்

2.2.3 கூட்டு நிறுவன தொழில்முனைவோர்

2.2.4 வேளாண் தொழில்முனைவோர்

2.2.5 வர்த்தக தொழில்முனைவோர்

2.3 தொழில்நுட்ப பயன்பாடு அடிப்படையில்

2.3.1 தொழில்நுட்ப தொழில்முனைவோர்

2.3.2 தொழில்நுட்பமற்ற தொழில்முனைவோர்

2.3.3 உயர் தொழில்நுட்ப தொழில்முனைவோர்

2.3.4 குறைந்த தொழில்நுட்ப தொழில்முனைவோர்

2.4 ஊக்கமளித்தல் அடிப்படையில்

2.4.1 உண்மையான(தூய) தொழில்முனைவோர்

2.4.2 தூண்டப்பட்ட தொழில்முனைவோர்

2.4.3 தன்னிச்சையான தொழில்முனைவோர்

2.5 வளர்ச்சி அடிப்படையில்

2.5.1 வளர்ச்சிக்கான தொழில்முனைவோர்

2.5.2 மேன்மையான வளர்ச்சிக்கான தொழில்முனைவோர்

2.6 முன்னேற்ற நடவடிக்கைகள் அடிப்படையில்

2.6.1 நவீன நுட்ப தொழில்முனைவோர்

2.6.2 பாரம்பரிய தொழில்முனைவோர்

2.7 சுருக்கம்

2.8 உங்களுடைய முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்கவும்

2.9 குறுகிய பதில்களுக்கான கேள்விகள்

குறிப்பு

2.1 அறிமுகம்

வளர்ச்சிய குறைந்த நாடுகளில், தொழில்முனைவோர் வளர்ச்சி அடையும்போது, குறைந்த முன்முயற்சி மற்றும் அடுத்தக்கட்ட நகர்வுகளைக் கொண்டிருக்கிறார்கள். மேலும் அவர்கள் புதுமையாகவும் உற்சாகமாகவும் மாறுகிறார்கள். வெவ்வேறு பிரிவுகளின் அடிப்படையில் தொழில்முனைவோரின் வகைகள் கீழே குறிப்பிடப்பட்டுள்ளன.

2.1.1. கற்றலின் நோக்கங்கள்

வெவ்வேறு தலைப்புகளின் கீழ் தொழில்முனைவோரின் வகைகளைப் புரிந்து கொள்வது.

2.2. வணிகத்தின் அடிப்படையில்

வணிக வகையின் அடிப்படையில், தொழில்முனைவோரை பின்வருமாறு வகைப்படுத்தலாம்.

2.2.1. வணிக தொழில்முனைவோர்

வணிக தொழில்முனைவோர் புதிய தயாரிப்புக்கான ஒரு கருத்தை உருவாக்கி, தங்கள் யோசனையை யதார்த்தமாக மாற்ற ஒரு வணிகத்தை உருவாக்குகிறார்கள். எடுத்துக்காட்டாக, அச்சகம், ஜவுளி வியாபாரம், விளம்பர நிறுவனம் போன்ற சிறு வணிக அமைப்புகள்.

2.2.2. தொழில்துறை தொழில்முனைவோர்

தொழில்துறை தொழில்முனைவோருக்கு பொருளாதார வளங்களையும் தொழில்நுட்பத்தையும் இலாபகரமான முயற்சியாக மாற்றும் திறன் உள்ளது. அவர் வாடிக்கையாளர்களின் தேவைகளை அடையாளம் காணும் ஒரு உற்பத்தியாளர். அவர் சில புதிய தயாரிப்புகளை உற்பத்தி செய்வதற்கும் விற்பனை செய்வதற்கும் ஒரு தயாரிப்பு நோக்கமுள்ள நபராக இருப்பார்.

குறிப்பு

2.2.3. பெருநிறுவன தொழில்முனைவோர்

நிறுவன சட்டத்தின் கீழ் ஒரு கூட்டு நிறுவனம் பதிவு செய்யப்படுகிறது. கூட்டு நிறுவன தொழில்முனைவோர் அவற்றை ஒழுங்கமைப்பதிலும் மற்றும் நிர்வகிப்பதிலும் தங்களின் தனிப்பட்ட புதுமையான திறனைக் கொண்டுள்ளனர்.

2.2.4. வேளாண் தொழில்முனைவோர்

வேளாண் தொழில்முனைவோர் என்பவர் பயிர்கள் வளர்ப்பது மற்றும் விற்பனை செய்வது, உரங்கள் மற்றும் பிற உள்ளீடுகள் போன்ற விவசாய நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ளும் ஒரு நபர். நவீன தொழில்நுட்பங்கள், நீர்ப்பாசனம் மற்றும் இயந்திர மயமாக்கலைப் பயன்படுத்த அவர்கள் ஊக்குவிக்கப்படுகிறார்கள்.

2.2.5. வர்த்தக தொழில்முனைவோர்

வர்த்தக நடவடிக்கைகளை மட்டுமே மேற்கொள்ளும் ஒரு நபர் வர்த்தக தொழில்முனைவோர் என்று அழைக்கப்படுகிறார். சாத்தியமான சந்தைப்படுத்தல் திறன் மூலம் அவர் தேர்ந்தெடுத்த தயாரிப்பு பொருட்களுக்கான தேவையைத் தூண்டுகிறார்.

2.3 தொழில்நுட்ப பயன்பாட்டின் அடிப்படையில்

வணிகத்தின் வளர்ச்சி பல்வேறு துறைகளில் புதிய தொழில்நுட்பத்தைப் பயன்படுத்துவதைப் பொறுத்தது. தொழில்முனைவோர் தொழில்நுட்ப பயன்பாட்டின் அடிப்படையில் வகைப்படுத்தப்படுகிறார்கள்.

2.3.1 தொழில்நுட்ப தொழில்முனைவோர்

தொழில்நுட்ப தொழில்முனைவோரின் முக்கிய நோக்கம் பொருட்களின் புதிய மற்றும் மேம்பட்ட தரத்தை உருவாக்குவதாகும். அவர் உற்பத்தியில் அதிக கவனம் செலுத்துகிறார்.

குறிப்பு

2.3.2 தொழில்நுட்பமற்ற தொழில்முனைவோர்

புதுமை முயற்சியைவிட பழமையான பழக்கவழக்கங்களையும், மரபுகளையும் பின்பற்றி தயாரிப்பின் தொழில்நுட்ப அம்சங்களில் அக்கறை இல்லாத ஒருவரே தொழில்நுட்பமற்ற தொழில்முனைவோர் என்று அழைக்கப்படுகிறார். அவர் தனது வணிகத்தை மேம்படுத்துவதற்காக தனது வணிகம், சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் விநியோக உத்திகளை வளர்ப்பதில் மட்டுமே கவனம் செலுத்துகிறார்.

2.3.3. உயர் தொழில்நுட்ப தொழில்முனைவோர்

ஒரு குறிப்பிட்ட பகுதியில் சில சிறப்புத் திறன்களைக் கொண்ட ஒரு நபர், இந்த திறனை இலாபகரமான வாய்ப்புகளில் பயன்படுத்துகிறார். உதாரணமாக விஞ்ஞானிகள், கணினி வல்லுநர்கள்.

2.3.4. குறைந்த தொழில்நுட்ப தொழில்முனைவோர்

குறிப்பிட்ட செயல்பாட்டு நடவடிக்கைக்காக சில அடிப்படை வர்த்தக திறன்களைக் கொண்ட ஒரு நபர். உதாரணமாக வெல்டர்கள், கணினி வன்பொருள் பொறியாளர்கள்.

2.4 ஊக்கமளித்தல் அடிப்படையில்

2.4.1. உண்மையான (தூய) தொழில்முனைவோர்

தூய தொழில்முனைவோர் என்பது உளவியல் மற்றும் பொருளாதார நன்மைகளால் (வெகுமதிகள்) உந்துதல் பெற்ற ஒரு நபர்.

2.4.2. தூண்டப்பட்ட தொழில்முனைவோர்

அரசாங்கக் கொள்கை காரணமாக ஒரு நபர் தொழில்முனைவோர் பணியைச் செய்ய தூண்டப்படுகிறார். ஒரு தொழிலைத் தொடங்க அரசாங்கம் நிதி உதவி, வெகுமதிகள், சலுகைகள் மற்றும் அடிப்படை மேல்நிலை வசதிகளை வழங்குகிறது.

2.4.3. தன்னிச்சையான தொழில்முனைவோர்

முன்முயற்சி தைரியமும் நம்பிக்கையும் கொண்ட ஒரு நபர் தொழில்முனைவோர் நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ள தூண்டப்படுகிறார்.

இந்த சிறப்புத் திறன் தொழில்முனைவோருக்கு தனது நோக்கங்களை அடைய உதவும்.

குறிப்பு

2.5. வளர்ச்சி அடிப்படையில்

ஒரு சமூகத்தில் மனித விருப்பங்களை பூர்த்தி செய்ய ஒரு வணிக / நிறுவன வளர்ச்சியின் அடிப்படையில் வணிகம் வகைப்படுத்தப்படுகிறது.

2.5.1. வளர்ச்சிக்கான தொழில்முனைவோர்

வளர்ச்சிக்கான தொழில்முனைவோர் என்பவர் ஒரு வணிகத்தை அதன் தரம், அளவு மற்றும் திருப்புவதன் மூலம் வளரவும் செலவழிக்கவும் அதன் நோக்கத்தை அடையவும் திட்டமிடும் ஒரு நபர் ஆவார். தொழில்முனைவோரின் வளர்ச்சி என்பது புதுமைபுனைபவர், வணிகத்தை உருவாக்குபவர்கள், செலவு செய்பவர்கள், வாடிக்கையாளர்கள் ஆகியோரை உள்ளடக்கும். இந்த வகை தொழில்முனைவோர் கணிசமான வளர்ச்சி வாய்ப்புகளைக் கொண்ட ஒரு தொழிலைத் தேர்வு செய்கிறார்கள்.

2.5.2. மேன்மையான வளர்ச்சியின் தொழில்முனைவோர்

தனது வணிகத்தில் செயல்திறனின் மகத்தான வளர்ச்சியை அடைய சிரமப்படும் ஒருவர் மேன்மையான-வளர்ச்சிக்கான தொழில்முனைவோர் என்று அழைக்கப்படுகிறார். வளர்ச்சி செயல்திறன் நிதிகளின் பணப்புழக்கம், லாபம் மற்றும் வழிநடத்துதலால் அடையாளம் காணப்படுகிறது.

2.6 வளர்ச்சி நிலைகளின் அடிப்படையில்

தொழில்முனைவோர் வளர்ச்சி நிலைகளின் அடிப்படையில் வகைப்படுத்தப்படுகிறார்கள். முதல் தலைமுறை தொழில்முனைவோர், நவீன தொழில்முனைவோர் மற்றும் பாரம்பரிய தொழில்முனைவோர் என மூன்று நிலைகளாக பிரிக்கப்படுகிறார்கள்.

குறிப்பு

2.6.1. முதல் தலைமுறை தொழில்முனைவோர்

முதல் தலைமுறை தொழில்முனைவோர் என்பவர் தனது புதுமையான திறமையால் தொழில்துறை அமைப்பைத் தொடங்குகிறார். அவர் ஒரு கண்டுபிடிப்பாளர், சந்தைப்படுத்தக்கூடிய தயாரிப்பு அல்லது சேவையை உருவாக்க வெவ்வேறு தொழில்நுட்பங்களை உருவாக்குபவர். அவருக்கு எந்த தொழில்முனைவோர் பின்னணியும் இல்லை.

2.6.2. நவீன தொழில்முனைவோர்

ஒரு நவீன அல்லது இரண்டாம் தலைமுறை தொழில்முனைவோர் சந்தையில் மாறிவரும் தேவைக்கு ஏற்ப தனது வணிக நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்கிறார். அவரது வணிக செயல்பாடு தற்போதைய சந்தைப்படுத்தல் தேவைகளுக்கு பொருந்துகிறது.

2.6.3. பழமையான தொழில்முனைவோர்

ஒரு பழமையான தொழில்முனைவோர் தனது வணிக நடவடிக்கைகளை வாடிக்கையாளர்களின் தேவைகள் மற்றும் சந்தைப்படுத்தல், தேவைகளின் அடிப்படையில் ஒரு சுய ஆதரவு முயற்சியின் மூலம் கையாளுகிறார், அவர் ஒரு ஒரேமாதிரியான தொழில்முனைவோர். வளர்ச்சியின் ஒரு பொருளுடனோ அல்லது இல்லாமலோ நிறுவனத்தின் வாழ்வாதாரத்தோடு பொருந்தக்கூடிய அளவில் அவரது லாபத்தை அதிகரிப்பதே முக்கிய நோக்கம்.

2.7 சுருக்கம்

தொழில்முனைவோர், அவரது செயல்பாடுகள் மற்றும் அவரது புதுமையான யோசனைகளின் அடிப்படையில் வகைப்படுத்தப்படுகிறார். அவர் தொழில்நுட்பத்தின் பயன்பாடு, வணிக வகை, உந்துதல், வளர்ச்சி மற்றும் நிலைகளுக்கு ஏற்ப வகைப்படுத்தப்படுகிறார். வணிக / நிறுவனத்தின் வளர்ச்சி மற்றும் வளர்ச்சியைப் புரிந்துகொள்ள தொழில்முனைவோரின் இந்த வகைப்பாடு பற்றிய ஆய்வு அவசியம். ஒரு வணிகத்தின் / ஒரு நிறுவனத்தின் தன்மையின்படி, அவ்வகைகளிலிருந்து

ஏதேனும் ஒரு அம்சம் தேர்வு செய்யப்பட்டு அவரது இலக்கை அடைய துணைசெய்கிறது.

குறிப்பு

2.8 உங்களுடைய முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்கவும்

1. கூட்டு நிறுவன தொழில்முனைவோரைப் பற்றி விவரிக்கவும்.
2. வர்த்தக தொழில்முனைவோர் என்றால் என்ன?
3. உந்துதலின் அடிப்படையில் தொழில்முனைவோரின் வகைகள் யாவை?
4. வளர்ச்சிக்கான தொழில்முனைவோர் என்றால் என்ன?

2.9 குறுகிய பதில்களுக்கான கேள்விகள்

1. புதுமையான தொழில்முனைவோர் யார்?
2. ஃபேபியன் தொழில்முனைவோர் குறித்து ஒரு சிறு குறிப்பு கொடுங்கள்.
3. வளர்ச்சி நிலைகளின் அடிப்படையில் தொழில்முனைவோரை வகைப்படுத்துங்கள்.
4. தொழில்நுட்பமற்ற தொழில்முனைவோரை பற்றி வரையறுக்கவும்.
5. தூண்டப்பட்ட தொழில்முனைவோரைப் பற்றி வரையறுக்கவும்.

2.10 நீண்ட பதில்களுக்கான கேள்விகள்

1. தொழில்நுட்ப தொழில்முனைவோர் பற்றி விவரிக்கவும்.
2. சுயதொழில் செய்பவருக்கும் தொழில்முனைவோருக்கும் உள்ள வித்தியாசத்தைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.
3. தொழில்நுட்பங்களின் பயன்பாடுகளின் அடிப்படையில் தொழில்முனைவோரை விவரிக்கவும்.
4. தொழில்முனைவோருக்கும் மேலாளருக்கும் உள்ள வித்தியாசத்தை விளக்கமாக எழுதவும்.

2.11 உங்களுடைய செயல்முறையைச் சரிபார்க்கும் பதில்கள்

குறிப்பு

1. கூட்டு நிறுவன தொழில்முனைவோர் அவற்றை ஒழுங்கமைப்பதிலும் மற்றும் நிர்வகிப்பதிலும் தங்களின் தனிப்பட்ட புதுமையான திறனைக் கொண்டுள்ளனர். நிறுவன சட்டத்தின் கீழ் ஒரு கூட்டு நிறுவனம் பதிவு செய்யப்படுகிறது.

2. வர்த்தக நடவடிக்கைகளை மட்டுமே மேற்கொள்ளும் ஒருவரை வர்த்தக தொழில்முனைவோர் என்று அழைக்கிறார்கள். சாத்தியமான சந்தைப்படுத்தல் திறன் மூலம் அவர் தேர்ந்தெடுத்த தயாரிப்பு பொருட்களின் தேவையைத் தூண்டுகிறார்.

3. உண்மையான தொழில்முனைவோர் என்பது உளவியல் மற்றும் பொருளாதார நன்மைகளால் (வெகுமதிகள்) உந்துதல் பெற்ற ஒரு நபர்.

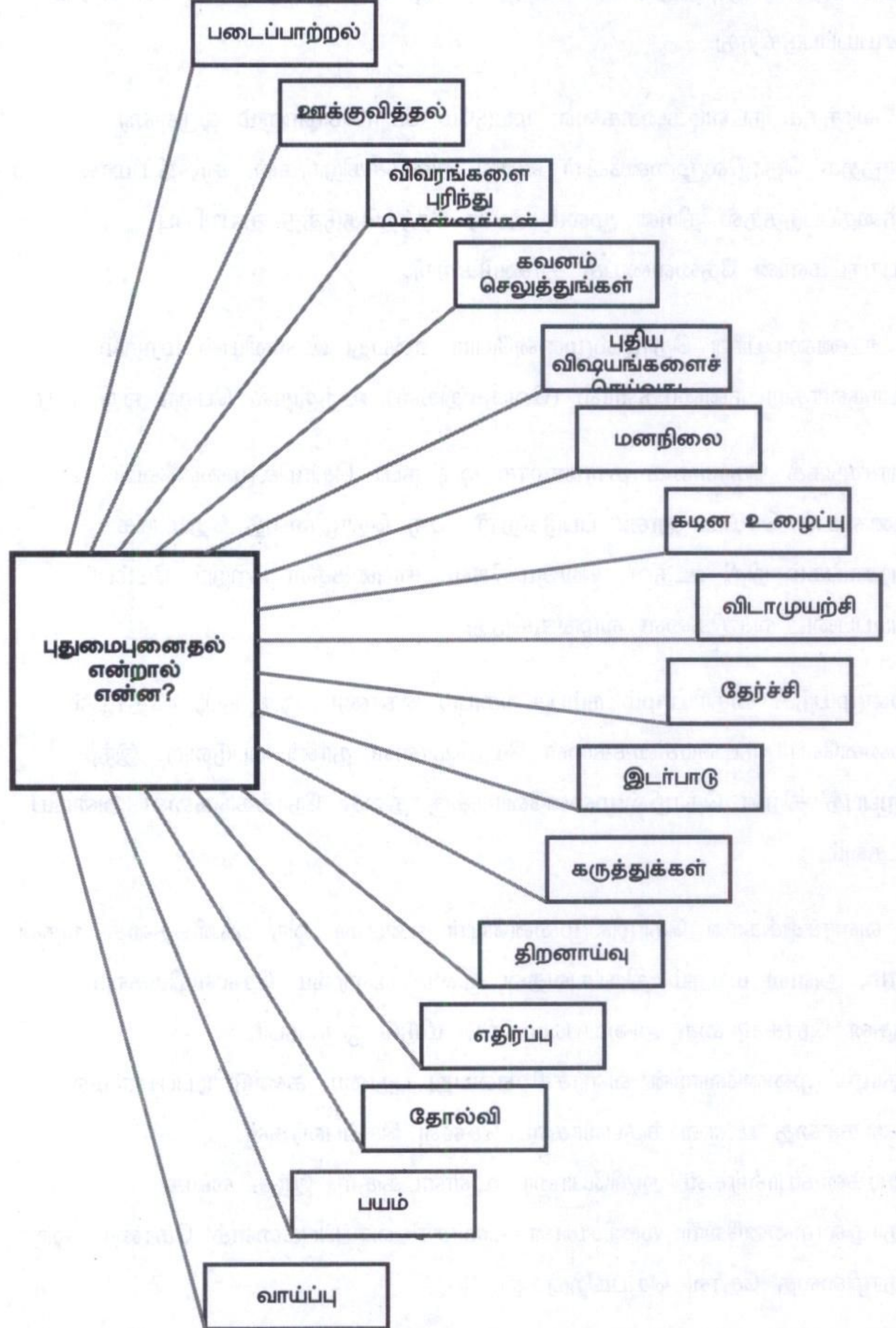
அரசாங்கக் கொள்கை காரணமாக ஒரு நபர் தொழில்முனைவோர் பணியைச் செய்ய தூண்டப்படுகிறார். ஒரு தொழிலைத் தொடங்க அரசாங்கம் நிதி உதவி, வெகுமதிகள், சலுகைகள் மற்றும் மேம்பட்ட அடிப்படை வசதிகளை வழங்குகிறது.

முன்முயற்சி தைரியமும் நம்பிக்கையும் கொண்ட ஒரு நபர், தொழில் முனைவோர் நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ள தூண்டப்படுவார். இந்த சிறப்புத் திறன் தொழில்முனைவோருக்கு தனது நோக்கங்களை அடைய உதவும்.

4. வளர்ச்சிக்கான தொழில்முனைவோர் என்பவர் ஒரு வணிகத்தை அதன் தரம், அளவு மற்றும் திருப்புவதன் மூலம் வளரவும் செலவழிக்கவும் அதன் நோக்கத்தை அடையவும் திட்டமிடும் ஒரு நபர்.
தொழில்முனைவோரின் வளர்ச்சி என்பது புதுமை கண்டுபிடிப்பாளர்கள், வணிகத்தை உருவாக்குபவர்கள், செலவு செய்பவர்கள், வாடிக்கையாளர்கள் ஆகியோரை உள்ளடக்கும். இந்த வகை தொழில்முனைவோர் கணிசமான வளர்ச்சி வாய்ப்புகளைக் கொண்ட ஒரு தொழிலைத் தேர்வு செய்கிறார்கள்.

படைப்பாற்றல் என்பது வேடிக்கையானது - ஆல்பர்ட் ஐன்ஸ்டீன்

குறிப்பு



பிரிவு - II

பகுதி – 3

குறிப்பு

தொழில்முனைவின் படைப்பாற்றல் மற்றும் நிர்வாகம்

அமைப்பு

3.1 அறிமுகம்

ஒவ்வொரு தலைவருக்கும் தொழில்முனைவோருக்கும் படைப்பாற்றல் தேவை. புதிய விஷயங்களை அல்லது பழைய விஷயங்களை புதிய வழிகளில் சிந்தித்து மாற்றம் செய்வதன் மூலம் தொழில்முனைவோர் வெற்றி பெறுகிறார்கள். படைப்பாற்றல் என்பது புதிய விஷயங்களின் சிந்தனை, புதிய யோசனைகளை உருவாக்கும் திறன், மேலும் பிரச்சினைகள் மற்றும் வாய்ப்புகளை ஆராய்ந்து புதிய வழிகளைக் கண்டுபிடிப்பது. படைப்பாற்றல் இல்லாத வணிகம் எளிதாக தேக்க நிலைக்கு தள்ளப்படும்.

கார்லேண்ட், ஹோய், போல்டன் மற்றும் கார்லேண்ட் (1984) ஷும்பீட்டரின் யோசனையை விரிவுபடுத்தி தொழில்முனைவோருக்கு பின்வரும் அம்சங்கள் இருக்க வேண்டும் என்று குறிப்பிட்டுள்ளார்கள்.

குறிப்பு

- புது வகையானப் பொருட்களை அறிமுகப்படுத்துதல்
- புதிய சேவைகளை அறிமுகப்படுத்துதல்
- புதிய உற்பத்தி முறைகளை அறிமுகப்படுத்துதல்
- புதிய சந்தைகளைத் தோற்றுவித்தல்
- புதிய விற்பனைக் கூடங்களைத் தோற்றுவித்தல்
- தொழில் நிறுவனத்தை மறு கட்டமைப்பு செய்தல்

3.2 புதுமை மற்றும் படைப்பாற்றலுக்கான தடைகள்

புதுமை மற்றும் படைப்பாற்றல் பின்வரும் தடைகளைக் கொண்டுள்ளன.

1. ஒரு பிரச்சனைக்கான 'சரியான' பதிலைத் தேடுவது
2. நேர்மையாக இருப்பதில் கவனம் செலுத்துதல்
3. விதிகளை கண்மூடித்தனமாக பின்பற்றுதல்
4. நடவடிக்கைகளை விளையாட்டாக எடுத்துக் கொள்வது
5. அதிகப்படியான நிபுணத்துவம் பெறுதல்
6. தெளிவின்மையைத் தவிர்ப்பது
7. பயத்துடன் பார்ப்பது
8. தவறுகள் மற்றும் தோல்விக்கு அஞ்சுவது
9. நான் ஒரு படைப்பாளியல்ல என்று நம்புவது

3.3 புதுமை மற்றும் படைப்பாற்றல் தடைகளைத் தவிர்க்கும் நான்கு கட்டங்கள்

தடைகளைத் தவிர்க்க நான்கு கட்டங்கள் உள்ளன. அவை பின்வருமாறு:

1. அறிவை வளர்த்துக் கொள்வது எ.கா. வாசிப்பது, தொழில்முறை மாநாடுகள், பேசுவது, நூலகத்திற்கு செல்வது

2. வளர்த்துக்கொள்ளும் செயல்முறை, எ.கா. உடற்பயிற்சி

3. எண்ணம் அல்லது 'யுரேகா' போன்ற அனுபவம், பொதுவாக இந்த நிலைகள் மெதுவாக ஆனால் நிச்சயமாக தீர்வைக் கொடுக்கிறது

4. மதிப்பீடு மற்றும் செயல்படுத்தல் எ.கா. முன்மாதிரி, ஆலோசனை

3.4 உங்களுடைய முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்கவும்

குறிப்பு

1. புதுமை மற்றும் உருவாக்குவதற்கான தடைகளை பட்டியலிடுங்கள்?
2. படைப்பாற்றலில் உள்ள நிலைகளை விளக்குங்கள்.

3.5 கண்டுபிடிப்புக்கும் படைப்பாற்றலுக்கும் இடையிலான உறவு:

கடந்த பத்தாண்டுகளில், புதுமை மற்றும் படைப்பாற்றல் வளர்ந்த பொருளாதாரங்களில் வெற்றியை அடைவதற்கான முக்கியமான திறன்களாக மாறிவிட்டன. மேலும் அதிகமான மேலாண்மை சிக்கல்களுக்கு பொருத்தமான தீர்வுகளைக் காண ஆக்கபூர்வமான நுண்ணறிவு தேவைப்படுவதால் சிக்கலைத் தீர்ப்பதற்கு ஆக்கபூர்வமான தேவை எழுந்துள்ளது. படைப்பாற்றல் புதுமையுடன் கைகோர்த்துச் செல்கிறது. மேலும் படைப்பாற்றல் இல்லாமல் புதுமை இல்லை. படைப்பாற்றல் என்பது புதிய மற்றும் தனித்துவமான யோசனைகளை உருவாக்கும் திறன் என்றாலும், புதுமை என்பது படைப்பாற்றலை செயல்படுத்துவதாகும். இது ஒரு புதிய யோசனை, புதிய தீர்வு, புதிய செயல்முறை அல்லது புதிய தயாரிப்பு ஆகியவற்றின் அறிமுகமாகும். படைப்பாற்றல் சிக்கல்களை தீர்க்கும் செயல்முறையை மேம்படுத்துகிறது.

தொழில்முனைவு = படைப்பாற்றல் ‸ புதுமை புனைதல்

படைப்பாற்றல்:

படைப்பாற்றல் என்பது அறிவாற்றலுடன் கூடிய கேளிக்கை ஆகும் - ஆல்பர்ட் ஐன்ஸ்டீன்

புதுமை புனைதல் எதைப் பற்றியது?

தேர்ச்சி, விடாமுயற்சி, கை வேலை, மனநிலை, இணையதளம் பயன்படுத்துவது, கவனம் செலுத்துதல், விவரங்களைப் புரிந்துகொள்வது, உந்துதல், படைப்பாற்றல், ஆபத்து, கருத்துக்கள், விமர்சனம், எதிர்ப்பு, தோல்வி, பயம், வாய்ப்பு ஆகியவையே.

3.6 படைப்பாற்றலின் படிகள்:

குறிப்பு

படைப்பாற்றலில் 4 படி நிலைகள் உள்ளன.

இடது மூளை உத்தரவிடும் கருத்துக்களையும் மற்றும் வலது மூளை நேர்மையான சிந்தனை மற்றும் படைப்பு சிந்தனையையும் கட்டுப்படுத்துகின்றன.

படைப்பாற்றலின் செயல்முறையை 4 நிலைகளாக பிரிக்கலாம்.

1. தயாரித்தல், 2. வளர்த்தல், 3. மெருகேற்றுதல், 4. சரிபார்த்தல்.

1. மனித மூளை தகவல்களை சேகரிக்கிறது (அல்லது) ஒருங்கிணைக்கிறது. படைப்பாற்றலின் யோசனைகள் வெற்றிடத்திலிருந்து வரவில்லை.

2. மனித மனம் அலைந்து திரிந்து வணிகக் கருத்துக்களை பெரிதாக்கலாம்.

3. படைப்பாற்றலுள்ள தொழில்முனைவோர் ஆக்கபூர்வமான யோசனைகளுக்கு இடையில் தொடர்புகளை ஏற்படுத்துகிறார்.

4. தங்களுடைய வாடிக்கையாளர்களை (ஆசை) விமர்சன சிந்தனையால் தூண்டுவதே படைப்பாற்றலுக்கான சிந்தனைகள். படைப்பாற்றலின் செயல்முறை ஒரு குறிப்பைத் தவிர்த்து படைப்பாற்றலின் சிந்தனைகளை பதிதாக உருவாக்குவதற்கு முழு நடைமுறையையும் வழங்குகிறது.

1. தொழில்முனைவோர் தனது மூளையை பயன்படுத்தினால் அவர்கள் புதுமையான கருத்துக்களைக் கொண்டு வருகிறார்கள், அவர் வேலை செய்ய அவரது மூளைக்கு தீனி போட வேண்டும். இந்த செயல்முறை அவசியம், இதில் நிறைய விஷயங்களைக் கற்றுக்கொள்ள முயற்சிப்பதும் அடங்கும். இந்த செயல்முறை தயாரிப்பு என்று அழைக்கப்படுகிறது.

2. இந்த நிலை ஒரு தொழில்முனைவோர் உண்மையில் குளியல் தொட்டியை பயன்படுத்த விரும்பலாம் அல்லது ஒரு நடைப்பயிற்சிக்குச்

செல்லலாம், தீர்க்க வேண்டிய சிக்கலைப் பற்றி தொடர்ந்து சிந்திப்பதை நிறுத்தலாம்.

3. மெருகெற்றுதலின் அறிவியல் பெயர் கிளாசிக் 'யுரேகா". கான்.்.ப்மேனின் கூற்றுப்படி, ஆக்கபூர்வமான அல்லது புதிய யோசனைகள் தானாகவே இணைக்கப்படுகின்றன. ஆழ் மனதிலுள்ள நினைவுகள் மூளைப் பகுதியின் வாசலை அடைகின்றன.

4. ஒரு தொழில்முனைவோர் ஒரு வணிகத்தில் வாடிக்கையாளர்களைப் பற்றி சிந்திக்கவும், அவரது சிந்தனை அல்லது யோசனையை வடிவமைக்க அதே விமர்சன சிந்தனைத் திறன்களை மீண்டும் பயன்படுத்த வேண்டும். சில நேரங்களில், இந்த யோசனைகள் சரியான வழியில் தொகுக்கப்படாமல் நுகர்வுக்குரியவையாகக் கூட இருக்கலாம்.

குறிப்பு

3.7 குறுகிய கேள்விகள்

1. புதுமை மற்றும் படைப்பாற்றலுக்கான தடைகள் பற்றிக் குறிப்பிடுங்கள்.
2. ஷூம்பீட்டரின் கூற்றுப்படி ஒரு தொழில்முனைவோர் என்பவர் யார்?
3. 'படைப்பாற்றல்' என்ற வார்த்தையால் நீங்கள் என்ன புரிந்துகொள்கிறீர்கள்?

3.8 நீண்ட கேள்விகள்

1. புதுமை மற்றும் படைப்பாற்றல் தடைகளைத் தவிர்ப்பதற்கான படிகளை விளக்குங்கள்.

2. படைப்பாற்றல் மற்றும் தொழில்முனைவோர் இடையேயான உறவை விளக்குங்கள்.

3. பயன்பாட்டு படைப்பாற்றல் பற்றி விளக்க ஒரு வரைபடத்தை வரையவும்.

3.9 உங்களுடைய முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்க பதிலளிக்கவும்

குறிப்பு

1. தடைகள்

ஒரு ‘சரியான’ பதிலைத் தேடுவது

நேர்மையாக இருப்பதில் கவனம் செலுத்துதல்

விதிகளை கண்மூடித்தனமாக பின்பற்றுதல்

நடவடிக்கைகளை விளையாட்டாக எடுத்துக் கொள்வது

அதிகப்படியான நிபுணத்துவம் பெறுதல்

தெளிவின்மையைத் தவிர்ப்பது

பயத்துடன் பார்ப்பது

தவறுகள் மற்றும் தோல்விக்கு அஞ்சுவது

நான் ஒரு படைப்பாளியல்ல என்று நம்புவது

2. படி நிலைகள்

1. தயாரித்தல்,
2. வளர்த்தல்,
3. மெருகேற்றுதல்,
4. சரிபார்த்தல்.

பகுதி - 4

புத்தாக்கம் மற்றும் கண்டுபிடிப்புகள்

அமைப்பு

கற்றலின் நோக்கங்கள்

இந்தப் பாடத்தின் முடிவில், நீங்கள் பின்வருவனவற்றைக் கற்றுக்கொள்ள முடியும்.

1. வணிக வாய்ப்புகளுக்கான சிந்தனைகளின் ஆதாரங்களை அடையாளம் காண.
2. ஒரு வணிகத்தில் மூளை செயல்பாட்டுடன் புதுமை எவ்வாறு இணைக்கப்பட்டுள்ளது என்பதை விளங்கிக்கொள்ள.
3. கண்டுபிடிப்புகளுக்கான சட்ட பாதுகாப்பைப் புரிந்துகொள்ள.
4. செயலூக்கத் தொழில்முனைவோருக்கான கோட்பாடுகளைக் கற்றுக்கொள்ள.

4.1 அறிமுகம்

புதிய கண்டுபிடிப்புகள் மற்றும் தயாரிப்புகளை வணிகமயமாக்குவதில் தொழில்முனைவோர் ஒரு நெறிமுறையைக்

குறிப்பு

கடைபிடித்து நிர்வகிக்கின்றனர். புதுமை என்பது வேறுபட்ட பணியாக இருந்தாலும்கூட, ஒரு தொழில்முனைவோர் வாடிக்கையாளர்களின் மாறுபட்ட கோரிக்கைகளை பூர்த்தி செய்ய எப்போதும் புதுமையாக இருக்க வேண்டும். இது ஒருபோதும் முடிவடையாத செயல்.

4.2 புத்தாக்கத்தின் பொருள்

புதுமை மூலம் சாத்தியமான மற்றும் இலாபகரமான வாய்ப்புகளை முன்கூட்டியே அறியக்கூடிய ஒரு நபர் புதுமையான தொழில்முனைவோர் என்று அழைக்கப்படுகிறார். புதுமை என்பது ஒரு தொழில்முனைவோரின் முக்கிய செயல்பாடு. பீட்டர் எஃப். ட்ரக்கர் கூற்றுப்படி, ஏற்கனவே பயன்பாட்டில் உள்ளவற்றை புதிய மதிப்புகளோடு அவர் உருவாக்குகிறார். ஒரு தொழில்முனைவோர் 'எப்போதும் மாற்றத்தைத் தேடுகிறவர், அதற்கு பதிலளிப்பவர், அதை ஒரு வாய்ப்பாகப் பயன்படுத்துபவர்''.

ஜே.ஏ. ஷூம்பீட்டரின் கூற்றுப்படி, 'புதுமையான மாற்றங்களை அறிமுகப்படுத்துபவர் ஒரு தொழில்முனைவோர், அவர் பொருளாதார வளர்ச்சியின் ஒருங்கிணைந்த பகுதியாகும்''.

எனவே, புதிய பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை உற்பத்தி செய்ய தொழில்முனைவோர் ஆராய்ச்சி மற்றும் புதுமையான நடவடிக்கைகளைத் தொடங்க வேண்டும்.

4.3 புத்தாக்கத்திற்கும் கண்டுபிடிப்புக்கும் இடையிலான உறவு

புத்தாக்கத்திற்கும் கண்டுபிடிப்புக்கும் சில வேறுபாடுகள் உள்ளன. புதுமைகள் பொதுவாக வளர்ந்த நாடுகளில் காணப்படுகின்றன. சிறிய அல்லது தொழில்துறை பாரம்பரியம் இல்லாத ஒரு நாடு, புதுமையை உருவாக்க தொழில்முனைவோரைத் தூண்ட முடியாது. ஒரு தொழில்முனைவோர் ஒரு கண்டுபிடிப்பாளர் அல்ல.

ஒரு கண்டுபிடிப்பாளர் என்பவர் புதிய முறைகள், புதிய யோசனைகள் மற்றும் புதிய கட்டுரைகளைக் கண்டுபிடிப்பார். ஒரு கண்டுபிடிப்பு என்பது சந்தைப்படுத்தப்படாவிட்டால் மனிதகுலத்திற்கு

கிடைக்கும் நன்மை குறைவே. புதுமை என்பது புத்தாக்கம் மற்றும் கண்டுபிடிப்புகளோடு புதியன சேர்ப்பதையும், மேலும் திருப்தி மற்றும் இலாபங்களை உருவாக்குவதையும் குறிக்கிறது. நுகர்வோரின் மாறிவரும் சுவை மற்றும் விருப்பங்களை பூர்த்தி செய்ய, தொழில்முனைவோர் தொடர்ந்து கண்டுபிடிப்புகளில் ஆர்வம் செலுத்த வேண்டும்.

புதுமைகள் பெரிய நிறுவனங்களால் மேற்கொள்ளப்படுகின்றன என்று மக்கள் நினைத்தார்கள். ஆனால் பெரும்பாலான புதுமைகள் சிறிய நிறுவனங்களால் கண்டறியப்படுகின்றன. பெரிய நிறுவனங்கள் சக்திவாய்ந்த நிறுவன அமைப்பு, நிர்வாக திறன் மற்றும் மேலாண்மை திறன் ஆகியவற்றைக் கொண்டுள்ளன. ஆனால் அவை நெகிழ்வுத்தன்மையின் தேவையைக் கொண்டுள்ளன. சிறிய நிறுவனங்கள் இயற்கையில் நெகிழ்வானவை. புதிய கோரிக்கைகளுக்கு அவை விரைவாக செயல்படுத்த முடியும். பெரிய நிறுவனங்கள் லாபத்தை அதிகரிக்க அதற்கான அளவு மற்றும் போட்டியின் கட்டுப்பாடுகளைக் கொண்டுள்ளன. மறுபுறம், சிறிய நிறுவனங்கள் உற்பத்தி முறையின் இடைவெளிகளைப் பயன்படுத்த முயற்சிக்கின்றன.

ஒரு தொழில்முனைவோருக்கு அபாயங்களை நிர்வகிப்பதற்கும் மனித மூலதனம் மற்றும் நிதி மூலதனத்தை உருவாக்குவதற்கும் வாய்ப்புகளை முன்னறிவிக்கும் திறன் இருக்க வேண்டும். ஒரு தொழில்முனைவோர் மாறிவரும் சூழ்நிலைகளுக்கு ஏற்ப தொடர்ந்து தன்னை மாற்றியமைத்துக் கொள்ள வேண்டும்.

புதுமைகள் கண்டுபிடிப்பு நடவடிக்கையின் தவறுகள் ஏற்படுவது ஒரு பகுதியாக இருக்கிறது. தொழில்முனைவோர் தவறுகளிலிருந்து எதையாவது கற்றுக் கொள்ள வேண்டும். தொழில்முனைவோருக்கு ஆபத்தை எதிர்கொள்ளும் திறன் மற்றும் தோல்வி பயத்தைத் தவிர்க்கும் திறன் தேவை. தொழில்முனைவோர் தங்கள் நிறுவனங்கள் வெற்றியடைய ஏற்ற வகையில் தங்களின் சொந்த முறையை உருவாக்க வேண்டும். சிந்தனையை உருவாக்கத்தை விட அவற்றை செயல்படுத்துவது மிகவும் சவாலானது.

குறிப்பு

4.4 வலது மூளையின் சிந்தனைகளை வளப்படுத்த இடது மூளை திறன்களைப் பயன்படுத்துதல்

மனித மூளை இரு பாதிகளாக உள்ளன, அவை வலது அரையுருண்டை வடிவம் மற்றும் இடது அரையுருண்டை வடிவம். இந்த இரண்லும் இணைந்துள்ளவை, நரம்பியல்-அறிவியலுடன் வெவ்வேறு செயல்பாடுகளைக் கொண்டுள்ளன.

மூளையின் வலது அரையுருண்டை வடிவம் எல்லையற்ற கற்பனை, கலை மற்றும் கவிதைகள் நிலவும் படைப்பு பக்கமாகும். மூளையின் இடது அரையுருண்டை வடிவம் சட்டரீதியான மற்றும் பகுத்தறிவு செயல்முறையின் மூலம் கருத்தியல் நடைபெறும் பகுப்பாய்வு பக்கமாகும்.

இடது மூளை மற்றும் வலது மூளை சிந்தனை என்ற கருத்து 1960 களின் பிற்பகுதியில் தோன்றியது, ரோஜர் டபிள்யூ.ஸ்பெர்ரி ஸ்ப்ளிட் மூளை கோட்பாடு என்ற கருத்தை உருவாக்கிய முதல் நபர் ஆவார். மூளைக் கோட்பாட்டின் வளர்ச்சிக்காக 1981ஆம் ஆண்டில் அவருக்கு நோபல் பரிசு வழங்கப்பட்டது. அவர் தனது கோட்பாட்டில் மூளையை இரண்டு அரைக்கோளங்களாக பிரித்தார், அதாவது வலது மற்றும் இடது. அவரது கோட்பாட்டின் படி, ஒவ்வொரு அரைக்கோளத்திலும் குறிப்பிட்ட நடத்தைகள் உள்ளன. ஒவ்வொரு மூளைப் பகுதியும் வெவ்வேறு வகையான சிந்தனைகளை கட்டுப்படுத்துகிறது.

மூளையின் இரு பக்கங்களும் தொடர்ந்து தொடர்பு கொள்கின்றன. மூளையின் இரண்டு பகுதிகளும் ஒன்றாகச் செயல்படும்போது ஒரு நபரின் திறன்கள் வலிமையானவை என்று பல ஆராய்ச்சிகளால் தெரியவந்துள்ளன.

இடது மூளை ஆதிக்கம் கொண்ட தொழில்முனைவோர், அதீத செயல்முறை, சட்டரீதியான சிந்தனையாளர்கள் மற்றும் ஆய்ந்து சிக்கலைத் தீர்க்கும் நபர்கள். வெற்றிகரமான வணிகத்தை அடைய இந்த திறன்கள் தேவை. வலது மூளை ஆதிக்கம் கொண்ட தொழில்முனைவோருக்கு காட்சிப்படுத்தல், வணிகத்தில் படைப்பாற்றல் மற்றும் நல்ல தகவல் தொடர்பு திறன் உள்ளது.

குறிப்பு

பாரம்பரியமாக, தொழில்முனைவோரின் பெரும்பான்மை சட்டரீதியான சிந்தனையாளர்கள், சிக்கல் தீர்க்கும் நபர்கள் மற்றும் விவரங்களுக்கு கவனம் செலுத்துகிறவர்களாக இருப்பர். ஆனால் தற்போது இடது மூளை அடித்தளத்துடன் கூடிய அறிவிலிருந்து படைப்பாற்றல், உறவுகள் மற்றும் ஒத்துழைப்பின் சரியான மூளை அம்சங்களை மையமாகக் கொண்ட ஒரு பெரிய மாற்றம் உள்ளது.

பொதுவாக மக்களின் சிந்தனை ஒரு வகையைப்போல் மற்றொன்றையும் விரும்புகிறார்கள். உளவியல் கோட்பாடு, மூளையின் செயல்பாட்டை தாமதமாக உணர்ந்ததை அடிப்படையாகக் கொண்டது. ஒவ்வொரு அரைக்கோளங்களும் பல பாத்திரங்களை செய்கின்றன. மூளையின் இரு பக்கங்களும் தனித்துவ உடல் திசுக்களின் வழியாக ஒன்றோடொன்று தொடர்பு கொள்கின்றன .

இடது மூளை உடலின் வலது பக்கத்தில் உள்ள தசைகளை கட்டுப்படுத்துகிறது, அதே நேரத்தில் வலது மூளை உடலின் இடது பக்கத்தில் உள்ள தசைகளை கட்டுப்படுத்துகிறது, இதுவே மூளையின் இரண்டு அரைக்கோளங்களையும் இணைக்கும் மூளையின் அமைப்பு.

4.5 புத்தாக்கத்தின் சட்ட பாதுகாப்பு

புதுமை என்பது ஒரு வணிகத்தில் அல்லது ஒரு நிறுவனத்தில் புதிய யோசனைகளை உருவாக்குதல் மற்றும் நடைமுறைபடுத்துதல் என்பதாகும். அறிவாற்றல் குணத்திற்கான உரிமை மூலம் பெரும்பாலான புதுமைகளைப் பாதுகாக்க முடியும். ஒரு நிறுவனம் தனது வாடிக்கையாளர்களுக்கு தயாரிப்பு மூலம் தனித்துவமான புதிய மதிப்பீடுகள் கொண்டுள்ள பொருளை அறிமுகப்படுத்த முற்படுகிறது.

அறிவைப் பாதுகாக்கவும், புதுமைகளில் பங்கேற்காத மூன்றாம் தரப்பினரால் புதுமை சுரண்டப்படுவதைத் தடுக்கவும் சட்டப் பாதுகாப்பு தேவை. அறிவுசார் / தொழில்துறை சார்ந்த கண்டுபிடிப்புகளின் பாதுகாப்பிற்கு தேசிய மற்றும் சர்வதேச சட்ட வழிகளைப் பயன்படுத்துவது மிகவும் அவசியமாகிறது. காப்புரிமைகள், வடிவமைப்புகளின் பதிவு, வர்த்தகச் சின்னங்கள், நிறுவன சின்னங்கள்

மற்றும் நகல் உரிமைகளை அங்கீகரிப்பதற்கான உதவியுடன் இந்த பாதுகாப்பை அடைய முடியும்.

குறிப்பு

ஒரு அறிவாற்றல் குணத்திற்கான உரிமை என்பது ஒரு சட்டபூர்வமான உரிமையாகும். இது அந்த குறிப்பிட்ட வகை அறிவுசார் சொத்துரிமையை உள்ளடக்கிய தொடர்புடைய தேசிய சட்டத்தின் அடிப்படையில் அமைந்துள்ளது. அறிவுசார் சொத்து என்பது மனித புத்தி ஒரு தனித்துவமான மதிப்பு சேர்க்கும் படைப்பாகும், இது மனித, புத்தி கூர்மை, படைப்பாற்றல் மற்றும் கண்டுபிடிப்பு ஆகியவற்றின் விளைவாகும்.

அரசாங்கத்தால் ஒரு சொத்து உரிமையை வழங்குவது ஒரு குறிப்பிட்ட காலமாகும். அறிவாற்றல் குணத்திற்கான உரிமை என்பது பாதுகாப்பிற்காகவும், கொடுக்கப்பட்ட புதுமையை அதில் பங்கேற்காத மூன்றாம் தரப்பினரால் முறையற்ற முறையில் சுரண்டப்படுவதைத் தடுக்கவும், அறிவுசார் / தொழில்துறை சொத்துக்களின் பாதுகாப்பிற்கு தேசிய மற்றும் சர்வதேச சட்ட வழிகளைப் பயன்படுத்துவது மிகவும் அவசியம். காப்புரிமைகள் மற்றும் பயன்பாட்டு மாதிரிகள் மூலமாகவும், வர்த்தகச் அடையாளங்கள், நிறுவன அடையாளங்கள் மற்றும் பதிப்புரிமை பதிவு செய்வதன் மூலமாகவும் இந்த பாதுகாப்பை அடைய முடியும்.

காப்புரிமைகள், பதிப்புரிமை மற்றும் வர்த்தகச் அடையாளங்கள் செயல்படும் சுதந்திரத்திலிருந்து மதிப்பை உருவாக்குகின்றன, தயாரிப்பு உரிமையாளர்களுக்கு நம்பகத்தன்மையை வழங்கும் தயாரிப்பு வேறுபாட்டைப் பாதுகாக்கின்றன, தொழில்நுட்ப உரிமத்திற்கான சட்டப்பூர்வ ஆதரவை உறுதிப்படுத்துகின்றன.

மற்ற நிறுவனங்களின் தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளிலிருந்து தங்கள் வணிகத்தை வேறுபடுத்துவதற்காக தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகளை அடையாளம் காண ஒரு வணிக நிறுவனத்தை நடத்த வர்த்தக முத்திரைகள் தேவை.

நிறுவன அடையாளம் என்பது ஒரு அடையாளமாகும், இது நிறுவனங்களை அடையாளம் காணவும், விளம்பரங்களில், அச்சிடப்பட்ட பொருட்களில் அல்லது நிறுவனத்தின் கடிதப் பரிமாற்றத்தில் பயன்படுகிறது.

குறிப்பு

4.5.1 சட்டப் பாதுகாப்பின் முக்கியத்துவம்

புதுமையின் சட்டப்பூர்வ பாதுகாப்பின் முக்கியத்துவம் பின்வருமாறு.

1. காப்புரிமை, நிறுவன அடையாளங்கள் மற்றும் வர்த்தகச் அடையாளங்களின் வடிவத்தில் சட்ட பாதுகாப்பு ஒரு வெற்றிகரமான கண்டுபிடிப்புகளை அங்கீகரிக்க உதவுகிறது. இது கண்டுபிடிப்பாளர்களுக்கு வெகுமதியுடன் கூடிய சேவையை வழங்குகிறது.
2. ஒரு வணிக நிறுவனத்தில் புதுமைகளை செயல்படுத்துவது வணிக மேம்பாடு மற்றும் வேலைவாய்ப்பை உருவாக்க சமூகத்திற்கு நேரடியாகவோ அல்லது மறைமுகமாகவோ உதவுகிறது.
3. கண்டுபிடிப்புகளிலிருந்து கிடைக்கும் வருவாய் மேலும் தொழில்நுட்ப ஆராய்ச்சி மற்றும் மேம்பாட்டிற்கு நிதியளிக்க பயனுள்ளதாக இருக்கும்.
4. சட்டப்பூர்வ பாதுகாப்பு என்பது நேர்மையற்ற மூன்றாம் தரப்பினர் கண்டுபிடிப்பாளரின் முயற்சிகளை இலவசமாகவோ, திருடியோ பயன்படுத்திக் கொள்வதைத் தடுக்க உதவும்.

4.5.2. அறிவுசார் சொத்துரிமைகள்

சட்டப்பூர்வ பாதுகாப்பில் பின்வரும் பிரிவுகள் அறிவுசார் சொத்துரிமைகளின் கீழ் சேர்க்கப்பட்டுள்ளன.

- காப்புரிமை
- பதிப்புரிமை
- வர்த்தக முத்திரை

வாணிப இரகசியம்

ஒரு வணிகத்தின் தொழில்நுட்ப அறிவைப் பாதுகாக்க வர்த்தக இரகசியங்கள் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. வர்த்தக இரகசியங்கள் என்பது ஒரு சூத்திரம், செயல்முறை, வடிவமைப்பு, கருவி, நடைமுறை, வணிக முறை ஆகியவற்றின் வடிவத்தில் உள்ள ஒரு வகை அறிவுசார் சொத்து.

இது ஒரு நபர் அல்லது நிறுவனம், போட்டியாளர்களை விட பொருளாதார நன்மைகளைப் பெற முடியும்.

குறிப்பு

4.6 செயலூக்கத் தொழில்முனைவோருக்கான கோட்பாடுகள்

செயல் ஊக்கமளித்தல் என்பது நம் மனதின் உள் நினைவுகளைக் குறிக்கிறது, இது நமது நடத்தைகளை, இலக்குகளை நோக்கி செயல்படுத்துகிறது. தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்ய மனித நடத்தைக்கு உந்துதலுடன் கூடிய வழிகாட்டுதலை வழங்குகிறது.

செயலூக்கம் என்பது குறிக்கோள்களை அடைய உற்சாகத்தைத் தூண்டுகின்ற உளவியல் செயல்முறையைக் குறிக்கிறது. செயலூக்கம் மிகவும் தனிப்பயனாக்கப்பட்டது. தொழில்முனைவோர் தங்கள் ஊழியர்களை மகிழ்ச்சியாக வைத்திருக்க பல்வேறு வகையான நுட்பங்களைப் பயன்படுத்துகின்றனர்.

குறிக்கோள்களை அடைவதற்கான நடவடிக்கைகளைத் தொடர, ஊக்குவிக்க ஒரு நபரை ஊக்குவிக்கும் செயல்முறைகளாக செயலூக்கம் வரையறுக்கப்படுகிறது. செயலூக்கம் என்பது ஒரு நிறுவனம் / வணிகத்தால் நிறைவேற்றப்பட வேண்டிய மனிதனின் வரம்பற்ற விருப்பங்களின் காரணமாக நடந்துகொண்டிருக்கும் செயல்முறையாகும்.

டால்டன் ஈ.மெக். டார்லாண்டின் கூற்றுப்படி, 'செயலூக்கம் என்பது தூண்டுதல், இயக்கம், விரும்பம், நேரடியான இலட்சியங்கள் அல்லது தேவைகளுக்கான முயற்சி, மனிதனின் நடத்தையைக் கட்டுப்படுத்துகிறது அல்லது விளக்குகிறது''.

செயலூக்கத்தின் அடிப்படைக் கூறுகள்:

செயலூக்கக் கோட்பாடுகள் மூன்று தலைப்புகளின் கீழ் தொகுக்கப்பட்டுள்ளன.

1. உள்ளடக்க கோட்பாடுகள்
2. செயல்முறை கோட்பாடுகள்
3. வலுவூட்டல் கோட்பாடுகள்

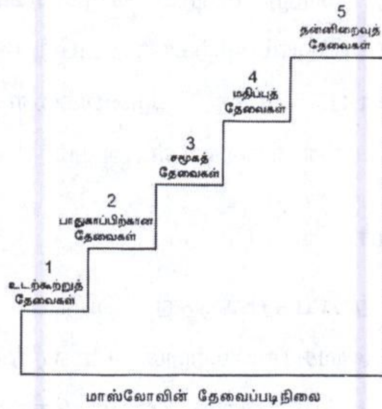
குறிப்பு

செயலூக்கக் கோட்பாடுகள் மனிதத் தேவைகள் மற்றும் மனித இயல்பு மூலம் மனித உந்துதலை விளக்குகின்றன. இந்த கோட்பாடுகளில் மூன்று பிரிவுகள் உள்ளன. மாஸ்லோவின் கோட்பாடு, ஹெர்ஸ்பெர்க்கின் கோட்பாடு மற்றும் மெக்ரிகோர் கோட்பாடு ஆகியவை தொழில்முனைவோரோடு தொடர்புடைய கோட்பாடுகள் ஆகும்.

4.6.1. மாஸ்லோவின் கோட்பாடு (Maslow's Theory)

ஆபிரகாம் மாஸ்லோ 1943ஆம் ஆண்டில் தனது 'மனித உந்துதலின் கோட்பாடு'' என்ற ஆய்வறிக்கையில் ஒரு உளவியல் கோட்பாட்டை முன்மொழிந்தார். அவரது கோட்பாடு மாஸ்லோவின் தேவைகளின் வரிசைமுறை கோட்பாடு என்றும் அழைக்கப்படுகிறது.

மாஸ்லோவின் கோட்பாடு மனித தேவைகளை அடிப்படையாகக் கொண்டது. மாஸ்லோவின் கூற்றுப்படி, உடலியல், பாதுகாப்பு, சொந்தம் மற்றும் அன்பு, சமூகத் தேவைகள் மற்றும் சுயமயமாக்கல் ஆகிய சொற்களால் மக்கள் செயலூக்கம் பெறுகிறார்கள். மாஸ்லோ கோட்பாடு படிநிலை வடிவத்தின் உதவியுடன் விவரிக்கப்பட்டுள்ளது. தேவைகளை கீழிருந்து மேலாக ஐந்து நிலைகளாக வகைப்படுத்தினார். ஒவ்வொரு நிலையும் திருப்தி அடைய வேண்டும் என்று அவர் பரிந்துரைத்தார். உதாரணமாக, ஒரு நபர் பசியுடன் இருந்தால், மரியாதை மற்றும் கவுரவத்தைத் தேடுவதற்கு முன்பு, அவர் முதலில் உணவைக் கோருவார். கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ள தேவைப்படிநிலை வரைபடம் அதை விளக்குகிறது.



மாஸ்லோவின் தேவைப்படிநிலை

மாஸ்லோவின் கோட்பாடு மனித நடத்தை பற்றி பின்வரும் முன்மொழிவுகளை விவரிக்கிறது.

குறிப்பு

1. மனித விருப்பங்கள் எல்லையில்லாதவை. ஒரு நபரின் முதல் தேவை பூர்த்தி செய்யப்பட்டவுடன், மற்றொரு தேவை எழுகிறது. இந்த செயல்முறை முடிவற்றது.
2. திருப்திகரமான தேவை ஒரு செயலூக்கம் அல்ல. திருப்தியற்ற தேவைகள் மட்டுமே செயலூக்கத்தின் நடத்தையாகும், ஏனெனில் தேவையை நிறைவு செய்ய
3. ஒரு மனிதனின் தேவைகள் ஐந்து தொடர்ச்சியான வகைகளின் ஏறுவரிசையில் அமைக்கப்பட்டுள்ளன.

மாஸ்லோவின் வரிசைமுறை தேவைகள்

ஆபிரகாம் மாஸ்லோ மனிதனின் ஐந்து தேவைகளை கீழ் வரிசையில் இருந்து உயர் வரிசை தேவைகளாக விளக்குகிறார். உடலியல் தேவைகள் மற்றும் பாதுகாப்பு தேவைகள் கீழ் வரிசையில் உள்ளன. சமூக (சொந்தம், அன்பு), மதிப்பின் தேவைகள் மற்றும் சுயமயமாக்கல் தேவைகள் உயர் வரிசை.

1. உடலியல் தேவைகள்

உடலியல் தேவைகள் என்பது மனித வாழ்க்கையின் அடிப்படை தேவைகளை குறிக்கின்றது. அடிப்படை தேவைகள் என்பது உணவு, உடை, தங்குமிடம், நீர், காற்று மற்றும் வாழ்க்கையின் பிற தேவைகள் ஆகும். இவை மனித உயிர்வாழ்வதற்கான உயிரியல் தேவைகள் ஆகும். மாஸ்லோவின் கூற்றுப்படி, மற்ற தேவைகளை விட உடலியல் தேவைகள் மிக முக்கியமான தேவைகள் ஆகும்.

2. பாதுகாப்பு தேவைகள்

பொருளாதார அபாயத்திலிருந்து விடுபட பாதுகாப்பு மற்றும் பாதுகாப்பு தேவைகள் அவசியம் மற்றும் உடல்ரீதியான உபாதைகளின் தேவைகளை பூர்த்தி செய்ய அதிக பணம் தேவைப்படுகிறது. மக்கள்

பயத்திலிருந்தும், சட்டம் மற்றும் ஒழுங்கிலிருந்து விடுபட விரும்புகிறார்கள். தொழில்முனைவோர் அதிகமான வேலை வாய்ப்பை உருவாக்க வழிவகுக்கின்றனர்.

குறிப்பு

3. சமூக தேவைகள் (அன்பும் சொந்தமும்)

மனித தேவைகளின் மூன்றாவது நிலை சமூகத் தேவைகள், இதில் அன்பு மற்றும் சொந்த உணர்வு ஆகியவை அடங்கும். சமூகத் தேவைகள் மற்றவர்களுடன் தொடர்புடையவை. அனைவரையும் நேசிக்க வேண்டும், மற்றும் நேசிக்கப்பட வேண்டும். சமூகத் தேவைகளுக்கான எடுத்துக்காட்டுகள் நட்பு, நெருக்கம், நம்பிக்கை, பாசத்தையும் அன்பையும் பெறுதல் மற்றும் கொடுப்பது ஆகும். ஒரு தொழில்முனைவோர் என்பவர் சக தொழில்முனைவோர், அவரது ஊழியர்கள், நுகர்வோர், வணிகர்கள் மற்றும் பிறருடன் தொடர்பு கொள்ள செயலூக்கம் அளிக்கின்றனர்.

4. மதிப்பின் தேவைகள்

மாஸ்லோவின் மரியாதை நிமித்தமான தேவைகளை இரண்டு குழுக்களாகப் பிரிக்கிறது.

- தனக்குத்தானே மரியாதை (கவுரவம், கண்ணியம், தேர்ச்சி மற்றும் சுதந்திரம்).
- மற்றவர்களிடமிருந்து பெறப்படும் மரியாதை (மற்றவர்களிடமிருந்து கிடைக்கும் கௌரவம், நிலை)

எனவே மக்கள் சாதனை, திறன், அறிவு, அங்கீகாரம், நம்பிக்கை மற்றும் பாராட்டுக்கு ஆசைப்படுகிறார்கள். தொழில்முனைவோரின் பங்கு, நுகர்வோரின் மதிப்பின் தேவைகளை அவர்களுக்கு அந்தஸ்து, நற்பெயர் மற்றும் சுதந்திரத்தை வழங்குவதன் மூலம் பூர்த்தி செய்வதாகும்.

5. தன்னிறைவு (சுயமயமாக்கல் / சுயதேவைகள் அடைதல்) தேவை

சுயமயமாக்கல் (தன்னிறைவு) என்பது படைப்பு நடவடிக்கைகள் உட்பட ஒருவரின் முழு திறனை அடைவதாகும். சுயமயமாக்கல்

என்ற சொல் முதலில் "கர்ட் கோல்ட் ஸ்டீன்" என்பவரால் உருவாக்கப்பட்டது.

குறிப்பு

சுயமயமாக்கல் என்பது ஒரு நபரின் திறன்களை முழுமையாக உணர்ந்து கொள்வதற்கான தேவையை உள்ளடக்கியது. ஒரு வெற்றிகரமான தொழில்முனைவோராக மாறுவதற்கு, ஒரு தொழில்முனைவோர் தனது தொழிலை திறம்பட நடத்துவதற்கு தன்னிறைவு அடைவது அவசியமாகும்.

சுருக்கமாக, மாஸ்லோவின் கூற்றுப்படி, மனிதர்கள் ஐந்து நிலை தேவைகளால் தூண்டப்படுகிறார்கள். அடிப்படைத் தேவைகளிலிருந்து அதிக தேவைகளுக்கு, முன்மாதிரியின் நிலைக்கான தேவைகள் ஏற்பாடு செய்யப்பட்டுள்ளன. தேவைகளின் வரிசை வெளிப்புற சூழ்நிலைகளின் அடிப்படையில் நெகிழ்வானதாக இருக்கலாம்.

மாஸ்லோவின் ஐந்து நிலை மாதிரி (1943,1954) ஒரு அறிவாற்றல் மற்றும் அழகியல் தேவைகளுக்கும், அதன்பின் பிற்காலத்திற்கும் நீட்டிக்கப்பட்டுள்ளது என்பது குறிப்பிடத்தக்கது. அவர் எல்லை கடந்த தேவைகளையும் சேர்த்துக் கொண்டார்.

சிறப்புகள்

1. ஆசிரியர்கள், அமைச்சர்கள், தொழில்முனைவோர் மற்றும் தலைமைத்துவத்தின் பிற பதவிகளில் மனிதனின் வாழ்க்கையின் அனைத்து பகுதிகளுக்கும் மாஸ்லோவின் கோட்பாடு பயனுள்ளதாக இருக்கும்.
2. இந்த கோட்பாடு மனிதர்களின் வெவ்வேறு தேவைகள் அடிப்படை பொருளாதார தேவைகளிலிருந்து சமூகத் தேவைகளும் சுயமயமாக்கலும் எவ்வாறு மாற்றுகின்றன என்பதை விளக்குகிறது.

குறைபாடுகள்

1. இந்த கோட்பாடு சோதித்தறிய இயலாத கோட்பாடு.

குறிப்பு

2. ஒரு நபரின் தேவைகளைப் பற்றி அறிந்து கொள்வது மிகவும் கடினம். ஏனெனில் ஒரு நபரின் நடத்தை பல செயலூக்கங்களைக் கொண்டது.

3. அடிப்படைத் தேவைகள் முதல் அதிக தேவைகள் வரையிலான ஐந்து கட்ட தேவைகள் எப்போதும் சரி செய்யப்படுவதில்லை

.4.6.2. ஹெர்பர்க்கின் கோட்பாடு

"ஃப்ரடெரிக் ஹெர்ஸ்பெர்க்" ஒரு செயலூக்க விஞ்ஞானி. அவர் 1959ஆம் ஆண்டில் இரண்டு காரணி கோட்பாட்டை முன்மொழிந்தார். ஹெர்ஸ்பெர்க்கின் கோட்பாடு ஊக்க சக்திகளை திருப்திகரமாக (ஊக்குவிப்பாளர்கள்) மற்றும் அதிருப்தியாளர்களாக (சுகாதார காரணிகள்) பிரிக்கும் ஒரு மாதிரியாகும். அவரது கோட்பாடு செயலூக்கமளிப்பவர் - சுகாதாரக் கோட்பாடு என்றும் அழைக்கப்படுகிறது.

ஹெர்ஸ்பெர்க், ஊழியர்களின் திருப்தியை பாதிக்கும் சில வேலை காரணிகளை பகுப்பாய்வு செய்தார். சில செயலூக்கங்கள், தொழிலாளர்களை தங்களைத் திருப்திப்படுத்த உதவுகின்றன. செயலூக்கம் இல்லாதது அதிருப்தியை ஏற்படுத்தியது. பிட்ஸ் பர்க் பகுதியில் நேர்காணல் முறையைப் பயன்படுத்தி 200 பொறியாளர்கள் மற்றும் கணக்காளர்களிடமிருந்து ஹெர்ஸ்பெர்க் புள்ளிவிவரங்களைச் சேகரித்தார். வணிக உலகில் வளர்ந்து வரும் தொழில்களால் அவர் இந்த பகுதியைத் தேர்ந்தெடுத்தார். பொறியாளர்கள் மற்றும் கணக்காளர்களிடம் அவர்கள் (தொழிலாளர்கள்) மிகவும் மகிழ்ச்சியாகவும், தங்கள் வேலைகளில் மகிழ்ச்சியற்றவர்களாகவும் இருக்கும்போது கேட்கப்பட்டது.

அவரது பகுப்பாய்வின்படி, ஊழியர்களை திருப்திப்படுத்தும் காரணிகள் என்பது சாதனை திறன், நிலை, தனிப்பட்ட மதிப்பு மற்றும் சுய உணர்தல். நிறுவனத்தின் கொள்கைகள், மேற்பார்வை, தொழில்நுட்ப சிக்கல்கள், சம்பளம், பணி நிலைமைகள் மற்றும் அவர்களின் மேலதிகாரிகள் மற்றும் சக ஊழியர்களுடனான திருப்தியற்ற உறவு போன்றவை செய்யும் வேலையில் ஊழியர்களுக்கு அதிருப்தி ஏற்படுத்தும்

குறிப்பு

காரணிகள். இந்த கண்டுபிடிப்பின் அடிப்படையில், ஹெர்ஸ்பெர்க் வேலை செயலூக்கத்தின் இரண்டு காரணிகள் உள்ளக் கோட்பாட்டை உருவாக்கினார்.

ஹெர்ஸ்பெர்க் தனது கோட்பாட்டை இரண்டு தனித்தனி காரணிகளுக்கு இடையில் வேறுபடுத்தினார். அவை தொழிலாளர்களின் செயலூக்கம் மற்றும் பராமரிப்பு காரணிகள் மற்றும் தொழிலாளர்களின் அதிருப்தி அதாவது பராமரிப்பு காரணிகள் மற்றும் தூண்டுதல்கள் ஆகும்.

இரண்டு காரணிகள்:

1. செயலூக்க சக்திகள்
2. சுகாதார காரணிகள்

1. செயலூக்க சக்திகள் (அல்லது) திருப்தி அளிப்பவர்கள்

செயலூக்க சக்திகள் ஊழியர்களை கடினமாக உழைக்க ஊக்குவிக்கும் காரணிகளாகும். இந்த காரணிகள் உண்மையான வேலைக்குள்ளேயே காணப்படுகின்றன. அவர்களுடைய வேலையில் நேரடியான தொடர்பை ஏற்படுத்துகிறது.

செயலூக்க காரணிகளில் சாதனை, அங்கீகாரம், பணி ஆர்வம், பொறுப்பு முன்னேற்றம் மற்றும் வளர்ச்சி ஆகியவை அடங்கும்.

அ. சாதனை

ஒரு பணியாளரின் நோக்கம் தனது வேலையை வெற்றிகரமாக முடிப்பது தான். இந்த சாதனை கடினமானது. ஆனால் பயனுள்ள ஏதாவது செய்ய வேண்டும் என்ற பெருமை உணர்வை வழங்கும்.

ஆ. அங்கீகாரம்

ஒரு ஊழியரின் வேலைக்கான அங்கீகாரம் வழங்குவது மற்றும் அவரது வெற்றிகளைப் பாராட்டப்படுவதும் அங்கீகாரம் ஆகும். ஒரு ஊழியர் தனது உயர் அதிகாரிகளிடமிருந்தும் சகாக்களிடமிருந்தும் தனது அங்கீகாரத்தைப் பெற முடியும்.

இ. வேலையில் ஆர்வம்

வேலையை ஆர்வமாக மாற்றக்கூடியதாக இருக்க வேண்டும். மேலும் ஊழியர்களை செயலூக்கமாக வைத்திருக்க ஒரு சவாலை எதிர்கொள்ள வேண்டும்.

ஈ. பொறுப்பு

ஊழியர்கள் தங்களுடைய வேலையின் நிறைவு மற்றும் திருப்திக்கு பொறுப்பேற்க வேண்டும்.

உ. முன்னேற்றம்

ஒரு தொழில்முனைவோர் பதவி உயர்வு வாய்ப்புகள் மற்றும் சலுகைகளை வழங்குவதன் மூலம் தங்கள் ஊழியர்களை ஊக்குவிக்க வேண்டும்.

ஊ. வளர்ச்சி

ஒரு தொழில்முனைவோர் தனது ஊழியர்களுக்கு புதிய திறன்களைக் கற்க வாய்ப்பை உருவாக்க முடியும். மேலும் முறையான பயிற்சி அளிப்பதன் மூலம் இது நிகழலாம்.

2. சுகாதாரம் அல்லது பராமரிப்பு காரணிகள்

ஹெர்ஸ்பெர்க்கின் கூற்றுப்படி, சுகாதார காரணிகள் ஊழியர்களின் கடினமான உழைப்பை தீர்மானிக்கும் காரணிகளாகும். வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், சுகாதார காரணிகள் இல்லாததால் ஊழியர்கள் குறைவாக வேலை செய்வார்கள். நியாயமான அளவிலான திருப்தியைப் பராமரிக்க சில காரணிகள் அவசியம். சுகாதார காரணிகளை பராமரிப்பு காரணிகள் என்றும் அழைக்கலாம். நிறுவனத்தின் கொள்கைகள், மேற்பார்வை, உறவுகள், பணி நிலைமைகள், சம்பளம், நிலை மற்றும் பாதுகாப்பு ஆகியவை சுகாதார காரணிகளில் அடங்கும்.

அ. நிறுவனத்தின் கொள்கைகள் மற்றும் நிர்வாகம்

ஒரு நிறுவனம் தனது கொள்கையை தெளிவாகவும், நியாயமாகவும் வடிவமைக்க வேண்டும். ஒவ்வொரு ஊழியரும் தனது நிறுவனத்தின் கொள்கை பற்றி அறிந்திருக்க வேண்டும். ஒரு நிறுவனத்தின் கொள்கை போட்டியாளர்களின் கொள்கைக்கு சமமாக இருக்க வேண்டும்.

ஆ. மேற்பார்வை

இலக்குகளை அடைய ஒரு நிறுவனத்தில் பொருத்தமான மேற்பார்வை தேவை.

குறிப்பு

இ. உறவுகள்

ஆரோக்கியமான, நட்பான நல்ல இயல்புடைய, கூட்டுறவு மற்றும் சகாக்கள், மேலதிகாரிகள் மற்றும் துணை அதிகாரிகளுக்கு இடையே அமைதியான உறவு இருக்க வேண்டும்.

ஈ. சம்பளம்

ஒரு நிறுவனம் ஒரு நியாயமான முறையில் ஊதிய கட்டமைப்பை வடிவமைக்க வேண்டும்.

உ. நிலை

ஒரு நிறுவனத்திற்குள் உள்ள அனைத்து ஊழியர்களின் நிலையை அந்நிறுவனம் பராமரிக்க வேண்டும். அர்த்தமுள்ள ஒரு வேலையைச் செய்வதன் மூலம் ஒரு நிலையை அடைய முடியும்.

ஊ. பாதுகாப்பு

தொழில்முனைவோர் தங்கள் ஊழியர்களுக்கு வேலை பாதுகாப்பை வழங்க வேண்டும். ஊழியர்கள் தங்கள் வேலை பாதுகாப்பானது என்றும் அவர்கள் பணிநீக்கம் செய்யப்படுவார்கள் என்ற அச்சுறுத்தலுக்கு ஆளாகவில்லை என்றும் நினைக்க வேண்டும்.

முடிவாக, திருப்திக்கான காரணிகளாக உந்துசக்தியும், அதிருப்திக்கான காரணிகளாக சுகாதார காரணிகளும் குறிப்பிடப்படுகின்றன.

கோட்பாட்டின் வரம்புகள்

ஹெர்ஸ்பெர்க்கின் செயலூக்கக் கோட்பாட்டில் சில பொதுவான விமர்சனங்கள் உள்ளன.

1. இந்த கோட்பாடு அலுவலக உள்ளார்ந்த (டாக்டர், வக்கீல், ஆசிரியர்கள், உட்பட) வேலை செய்யும் ஊழியர்களுக்கு பொருந்தும்.
2. இது ஒரு தனிப்பட்ட சூழ்நிலையைக் கருத்தில் கொள்ளாது.
3. கோட்பாடு ஊழியர்களின் திருப்தியை மேம்படுத்துவதில் மட்டுமே கவனம் செலுத்துகிறது. உற்பத்தித்திறனை அதிகரிப்பதில் கவனம் செலுத்தவில்லை.

4. இந்த கோட்பாட்டில் ஒரு பணியாளர் திருப்தியை அளவிட முடியாது.

ஹெர்ஸ்பெர்க்கின் செயலூக்கக் கோட்பாடு பணியிடத்தில் செயலூக்கத்தைப் பாதிக்கும் இரண்டு காரணிகளை வழங்குகிறது. அவை சுகாதார காரணிகள் மற்றும் ஊக்குவிக்கும் காரணிகள் ஆகும். சுகாதார காரணிகள் என்பது ஒரு ஊழியர் இல்லாவிட்டால் அந்த ஊழியரின் வேலை நடைபெறாது. செயலூக்கக் காரணி என்பது ஒரு ஊழியர் இருந்தால் கடினமாக உழைக்க ஊக்குவிக்கும் காரணிகளாகும்.

குறிப்பு

4.6.3 மெக்ரிகோர் கோட்பாடு

டக்ளஸ் மெக்ரிகோர் செயலூக்கக் கோட்பாட்டை உருவாக்கினார், இது X மற்றும் Y கோட்பாடு என்றும் அழைக்கப்படுகிறது. ஆபிரகாம் மாஸ்லோவின் தேவைகளின் வரிசைமுறையின் படைப்புகளை அடிப்படையாகக் கொண்டே மெக்ரிகோர் தனது செயலூக்கக் கோட்பாட்டை உருவாக்கினார்.

மெக்ரிகோர் செயலூக்கத்தின் இரண்டு கோட்பாடுகளை உருவாக்கினார். அவை பின்வருமாறு:

1. கோட்பாடு X
2. கோட்பாடு Y

கோட்பாடு X (Theory X)

கோட்பாடு X என்பது மேற்பார்வை, வெளிப்புற வெகுமதிகள் மற்றும் அபராதங்களின் முக்கியத்துவத்தை எடுத்துக்காட்டுகிறது. கோட்பாடு X சில அனுமானங்களை அடிப்படையாகக் கொண்டது.

1.. ஒரு சராசரி ஊழியர் முடிந்தவரை தனது வேலையிலிருந்து தப்பிக்க முயற்சிக்கிறார்.
2. ஒரு நிறுவனத்தில் பணியாற்றும் ஊழியர்கள் தங்கள் பொறுப்புகளை விரும்புவதில்லை.
3. ஊழியர்கள் மாற்றத்தை எதிர்க்கிறார்கள்.
4. ஒரு நிறுவனத்தில் பெரும்பாலான ஊழியர்கள் முதலில் வேலையின் பாதுகாப்பை விரும்புகிறார்கள்.

குறிப்பு

5. ஊழியர்களுக்கு சிறிதளவு அல்லது லட்சியம் இல்லை.
6. ஒரு நிறுவனத்தில் மேலாளர்கள் ஒரு சர்வாதிகார பாணியை முக்கியமான மாற்ற முயற்சிக்கிறார்கள்.
7. ஊழியர்கள் வேலை செய்ய விரும்பாதபோது, ஒரு நிறுவனத்தின் இலக்கை அடைய அவர்கள் தண்டனையுடன் மேலாளர்களால் கட்டாயப்படுத்தப்பட வேண்டும் அல்லது எச்சரிக்கப்பட வேண்டும்.
8. ஒரு நிறுவனத்திற்கு மேலாளர்களால் மேற்கொள்ளப்படும் நெருக்கமான மேற்பார்வை தேவை.

கோட்பாடு X என்பது ஊழியர்களின் அவநம்பிக்கையான பார்வை மற்றும் பணியில் நடத்தை ஆகியவற்றை அடிப்படையாகக் கொண்டது. கோட்பாடு X ஊழியர்களிடையே அதிக கட்டுப்பாடு மற்றும் மேற்பார்வையை ஊக்குவிக்கிறது. இந்த கோட்பாட்டின்படி, ஊழியர்கள் நிறுவன மாற்றங்களுக்கு தயங்குகிறார்கள். இந்த கோட்பாடு புதுமையை ஊக்குவிப்பதில்லை.

கோட்பாடு Y

கோட்பாடு Y நேர்மறையான அணுகுமுறையை அடிப்படையாகக் கொண்டது. வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், இது ஊழியர்களின் நம்பிக்கையான பார்வை மற்றும் பணியில் நடத்தை ஆகியவற்றை அடிப்படையாகக் கொண்டது.

கோட்பாடு Y பின்வரும் அனுமானங்களின் அடிப்படையில் அமைந்துள்ளது.

1. ஒரு சராசரி ஊழியர் தனது பொறுப்பை அங்கீகரிக்க முடியும்.
2. ஒரு ஊழியர் தனது சொந்த திறன்களையும், வல்லமைகளையும் கொண்டிருக்கிறார். ஒரு பணியாளர் ஒரு நிறுவனத்தின் சிக்கல்களைத் தீர்க்க அல்லது நிறுவனத்தின் குறிக்கோள்களை அடைய படைப்பாற்றல், புதுமையான திறன் மற்றும் வளம் போன்ற தனது திறமையை முழுமையாகப் பயன்படுத்தலாம்.

குறிப்பு

3. பணியாளர் அவரது வேலையில் திருப்தி மற்றும் வேலைக்கு வெகுமதிகளைப் பெறும்போது, ஒரு பணியாளர் தனது விசுவாசத்தையும், அமைப்பு மீதான தனது அர்ப்பணிப்பையும் உணர முடியும்.
4. ஒரு நிறுவனத்தில் பணியாற்றும் ஒரு ஊழியர் தனது சுய செயல்கள், சுய கட்டுப்பாட்டையும் பயன்படுத்தி நிறுவனத்தின் குறிக்கோள்களை அடைவதன் மூலம் தன்னை அர்ப்பணித்துக் கொள்ளலாம்.
5. உடல் மற்றும் மன சார்ந்த ஓய்வெடுப்பதன் மூலம் ஊழியர்கள் தங்கள் வேலையை முடிக்க முயற்சிகளைச் செய்கிறார்கள்.

இப்போது பல நிறுவனங்கள் Y கோட்பாட்டின் நுட்பங்களைப் பயன்படுத்துகின்றன. கோட்பாடு Y இன் படி, ஒரு நிறுவனத்தில் மேலாளர்கள் ஒரு வேலைச் சூழலை உருவாக்கி, தங்கள் பணியாளர்களை அவர்களின் சுய செயலின் உதவியுடன் ஊக்குவிக்க வேண்டும். ஒரு நிறுவனத்தின் நல்வாழ்வில் பங்களிக்க மேலாளர்கள் தங்கள் ஊழியர்களை ஊக்குவிக்க வேண்டும். கோட்பாடு Y குழுப்பணி, அதிகாரத்தை பரவலாக்கம் செய்தல் மற்றும் ஒரு நிறுவனத்தில் முடிவெடுப்பதில் பணியாளர்களை பங்கேற்க வைக்கிறது.

4.7 மெக்ரிகோர் கோட்பாட்டின் சுருக்கம்

சமீபத்திய ஆண்டுகளில் கோட்பாடு X பெரும்பாலும் நாகரீக அமைப்புமுறையிலிருந்து விலகிவிட்டது. ஒரு பெரிய அமைப்பில், ஊழியர்களின் செயல்பாடுகளைக் கட்டுப்படுத்துவது தவிர்க்க முடியாதது, மேலும் அவர்களிடம் பல அடுக்கு மேலாளர்கள் மற்றும் மேற்பார்வையாளர்கள் நேரடித் தொழிலாளர்களைக் கொண்டுள்ளனர்.

மெக்ரிகோர் கருத்துப்படி, கோட்பாடு Y கோட்பாடு Xஐ விட உயர்ந்தது. இந்த இரண்டு கோட்பாடுகளின் வெற்றி அணியின் தேவைகள் மற்றும் ஒரு நிறுவனத்தின் நோக்கங்கள் ஆகியவற்றைப் பொறுத்தது.

குறிப்பு

4.8 உங்களுடைய முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்கவும்

1. புத்தாக்கம் பற்றி வரையறுக்கவும்.
2. புத்தாக்கம் மற்றும் கண்டுபிடிப்பை வேறுபடுத்திக் காட்டவும்.
3. வலது மூளையின் அம்சங்களை விவரிக்கவும்.
4. சட்ட பாதுகாப்பின் முக்கியத்துவத்தை பட்டியலிடுங்கள்?
5. சட்டப் பாதுகாப்பின் வடிவங்கள் யாவை?

4.9 குறுகிய பதில்களுக்கான கேள்விகள்

1. புதுமை என்ற சொல்லை விளக்குங்கள்.
2. கண்டுபிடிப்புகளின் சட்டப்பூர்வ பாதுகாப்பு என்றால் என்ன?
3. அறிவுசார் சொத்துரிமையை வரையறுக்கவும்.
4. வணிகத்திற்கு வர்த்தக முத்திரை ஏன் தேவைப்படுகிறது?
5. செயலூக்கம் பற்றி விவரிக்கவும்.
6. செயலூக்கத்தின் அடிப்படை கூறுகள் யாவை?
7. ஹெர்ஸ்பெர்க்கின் கோட்பாட்டின் வரம்புகளைக் கூறுங்கள்.

4.10 நீண்ட பதில்களுக்கான கேள்விகள்

1. புத்தாக்கத்திலிருந்து கண்டுபிடிப்புகளை வேறுபடுத்துங்கள்.
2. இடது மூளை மற்றும் வலது மூளையின் செயல்பாடுகளை விவரிக்கவும்.
3. சட்டப் பாதுகாப்பின் முக்கியத்துவத்தை விளக்குங்கள்.
4. ∴பிரடெரிக் ஹெர்ஸ்பெர்க் விளக்கிய இரண்டு காரணிகளை விளக்குங்கள்.
5. மாஸ்லோவின் செயலூக்கக் கோட்பாட்டை விளக்குங்கள்.

4.11 உங்களுடைய முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்கும் பதில்

1. ஜே.ஏ. ஷும்பீட்டரின் கூற்றுப்படி, "புதுமையான மாற்றங்களை அறிமுகப்படுத்துபவர் ஒரு தொழில்முனைவோர், அவர் பொருளாதார வளர்ச்சியின் ஒருங்கிணைந்த பகுதியாகும்".

குறிப்பு

2. ஒரு கண்டுபிடிப்பாளர் புதிய முறைகள், புதிய யோசனைகள் மற்றும் புதிய கட்டுரைகளைக் கண்டுபிடிப்பார். ஒரு கண்டுபிடிப்பு என்பது சந்தைப்படுத்தப்படாவிட்டால் மனிதகுலத்திற்கு சிறிய நன்மை. புதுமை என்பது புத்தாக்கம் மற்றும் கண்டுபிடிப்புகளை புதிய சேர்க்கைகளைச் செய்வதையும், அங்கு திருப்தி மற்றும் இலாபங்களை உருவாக்குவதையும் குறிக்கிறது. நுகர்வோரின் மாறிவரும் சுவை மற்றும் விருப்பங்களை பூர்த்தி செய்ய தொழில்முனைவோர் தொடர்ச்சியான அடிப்படையில் கண்டுபிடிப்புகளைத் தொடர வேண்டும்.

3. இடது மூளை ஆதிக்கம் கொண்ட தொழில்முனைவோர் நடைமுறை, தர்க்கரீதியான சிந்தனையாளர்கள் மற்றும் பகுப்பாய்வு சிக்கல் தீர்க்கும் நபர்கள். வெற்றிகரமான வணிகத்தை அடைய இந்த திறன்கள் தேவை. சரியான மூளை ஆதிக்கம் கொண்ட தொழில்முனைவோருக்கு காட்சிப்படுத்தல், வணிகத்தில் படைப்பாற்றல் மற்றும் நல்ல தகவல் தொடர்பு திறன் உள்ளது. பாரம்பரியமாக, தொழில்முனைவோர்களில் பெரும்பாலோர் தர்க்கரீதியான சிந்தனையாளர்கள், சிக்கல் தீர்க்கும் நபர்கள் மற்றும் விவரங்களுக்கு கவனம் செலுத்துகிறார்கள்.

4. காப்புரிமைகள், நிறுவன சின்னங்கள் மற்றும் வர்த்தக சின்னங்கள் வடிவத்தில் சட்ட பாதுகாப்பு ஒரு வெற்றிகரமான கண்டுபிடிப்புகளை அங்கீகரிக்க உதவுகிறது. இது கண்டுபிடிப்பாளர்களுக்கு வெகுமதியாக சேவை செய்கிறது.

அ. ஒரு வணிக / நிறுவனத்தில் புதுமைகளை செயல்படுத்துவது சமூகத்தை நேரடியாகவோ அல்லது மறைமுகமாகவோ வணிக வளர்ச்சிக்கு உதவுகிறது மற்றும் வேலைவாய்ப்பு உருவாக்கப்படுகிறது.

ஆ. கண்டுபிடிப்புகளிலிருந்து கிடைக்கும் வருவாய் மேலும் தொழில்நுட்ப ஆராய்ச்சி மற்றும் மேம்பாட்டிற்கு நிதியளிக்க பயனுள்ளதாக இருக்கும்.

இ. நேர்மையற்ற மூன்றாம் தரப்பினரின் பயன்பாட்டை நிறுத்த சட்ட பாதுகாப்பு உதவும்.

ஈ. கண்டுபிடிப்பாளரின் முயற்சிகளில் இலவச சவாரி செய்வதிலிருந்து.

5. காப்புரிமை, பதிப்புரிமை, முத்திரை.

குறிப்பு

பிரிவு - 5

ஒரு தொழில்முனைவோரின் திறன்கள்

அமைப்பு

5.1 அறிமுகம்

உலக வரலாற்றில், தொழில்முனைவோர் பற்றிய ஆய்வு ஒரு வெற்றிகரமான மற்றும் சிறந்த தொழில்முனைவோரின் செயல்பாடுகளை மிகவும் பயனுள்ள முறையில் வெளிக்கொணர சில அத்தியாவசிய குணங்களையும் திறன்களையும் கொண்டிருக்க வேண்டும் என்பதை வெளிப்படுத்துகிறது. தொழில்முனைவு என்பது ஒரு திறமை. இது இயல்பாகவோ அல்லது வளர்ச்சியின் அடிப்படையிலோ இருக்கலாம். ஒரு நாட்டின் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு தொழில்முனைவோர் திறன்களை வளர்த்துக் கொள்ள வேண்டும். ஒரு தொழில்முனைவோரின் திறன்கள் வணிகத்தின் வளர்ச்சிக்கு வழிவகுக்கிறது, மேலும், நாட்டின் பொருளாதார வளர்ச்சியில் இதன் விளைவு காணப்படுகிறது.

குறிப்பு

5.2 ஒரு தொழில்முனைவோர் வளர்ச்சியின் திறன்கள்

தற்கால வணிகத் துறை தொடர்ந்து மாறிக்கொண்டே இருக்கிறது. மேலும் சிக்கலானதாகவும் சவாலாகவும் மாறி வருகிறது. அதே நேரத்தில், வணிகப் போட்டி தவிர்க்க முடியாதது மற்றும் கடுமையானது. மேலும் மாற்றங்கள் மற்றும் நிலையான முன்னேற்றங்களுக்கு விரைவாக செயல்படுகிறது. குறிப்பாக, ஒரு இளம் தொழில்முனைவோர் அவர் எதிர்கொள்ளக்கூடிய சிரமங்களையும் தடைகளையும் சமாளிக்க வலுவான தொழில்முனைவோர் திறன்களைக் கொண்டிருக்க வேண்டியது அவசியம்.

அறிவியல் மற்றும் தொழில்நுட்ப அடிப்படையிலான, உயர்தர திறன் மேம்பாடு என்பது ஒரு கருவியாகும். இது இளைஞர்களின் செயல்திறனையும் வேலைவாய்ப்பையும் மேம்படுத்துவதோடு, அறிவியல் மற்றும் தொழில்நுட்ப பின்னணியைக் கொண்ட மனித வளங்களின் உற்பத்தித்திறனுக்கு பங்களிக்கும். சமுதாயத்தின் விளிம்பு நிலையிலுள்ள இளைஞர்களின் வேலைவாய்ப்பு மற்றும் வருமானம் ஈட்டும் திறனை மேம்படுத்துவதற்கான அடிப்படை திறனை வளர்ப்பதும் இதில் அடங்கும். திறனை வளர்க்கும் பயிற்சி என்பது கூலி வேலைவாய்ப்பைப் பெறுவதற்கு உதவுகிறது. அதே நேரத்தில் தொழில் முனைவோர் பயிற்சி MSME-களை (MSMEs) அமைப்பதன் மூலம் வேலைவாய்ப்பை உருவாக்கலாம். பிந்தைய பயிற்சி கட்டத்தில் கை திறன் பயிற்சி (Hands on Training) திட்டங்களும் வழங்கப்படுகின்றன, இதன் மூலம் வெற்றி விகிதத்தை அதிகரிக்கலாம்.

5.3 தொழில்முனைவோர் திறன்களின் வகைகள்

ஐரோப்பிய **"SPARKS - தொழில்முனைவோரை வலுப்படுத்துதல்"** திட்டத்தின்படி, சில முக்கிய திறன்கள் அடையாளம் காணப்பட்டுள்ளன. அவை பின்வருமாறு.

1. மேலாண்மை மற்றும் தலைமைத்துவ திறன்கள்

குறிப்பு

இளம் தொழில்முனைவோர் நிர்வாகத்தை மிக முக்கியமான திறமையாக கருதுகின்றனர். இன்று இளம் தொழில்முனைவோர் தங்கள் நிறுவனத்திற்குள் நிகழும் நடவடிக்கைகளைத் திட்டமிட வேண்டும். தங்களுடைய குழு உறுப்பினர்கள், அவர்களுடைய நேரத்தை துல்லியமாக நிர்வகித்தல், ஒத்துழைப்பு உணர்வை வளர்த்துக் கொள்ளுதல், அவர்களின் எதிர்கால நோக்கத்தை ஆராய்வது, அவர்களின் வணிகத்தின் அனைத்து நடவடிக்கைகள் மற்றும் செயல்பாடுகளை ஊக்குவித்தல் மற்றும் கட்டுப்படுத்துதல் போன்ற நடவடிக்கைகளை மேம்படுத்துதல்.

2. தகவல் கட்டமைப்பு மற்றும் தகவல்தொடர்பு திறன்

தகவல் கட்டமைப்பு கருத்துக்களை தெளிவான மற்றும் பயனுள்ள வழியில் வெளிப்படுத்துவதற்கு உள்ள வழிகள், அவர்களின் வணிகத்தின் உள் மற்றும் வெளிப்புற சூழலில் மக்களை வற்புறுத்துதல், மாற்றங்களை உண்டு பண்ணுதல், ஊக்குவிக்க, பேச்சுவார்த்தை நடத்த மற்றும் ஒருவருக்கொருவர் உறவுகளை வளர்க்க இத்தொடர்பு ஒரு முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது.

3. ஒரு வணிகத் செயல்பாடுகளை திட்டமிடுதல் மற்றும் நிதியை அணுகுதல்

குறிக்கோள்கள் மற்றும் செயல்பாடுகள் பற்றிய தெளிவான மற்றும் விரிவான விளக்கத்தை வழங்குவதற்கு வணிகத் திட்டத்தை எவ்வாறு வடிவமைப்பது என்பதை அறிவது மிகவும் முக்கியம். இளம் தொழில்முனைவோர் தங்கள் வணிகத்தின் நீடித்தநிலை தன்மையைப் பெறுவதற்கு நிதியை அணுகுதல் மற்றும் நிதி ஆதாரங்களில் கிடைக்கும் தன்மை போன்றவை மிக முக்கியமான காரணிகளாகும்.

4. மின்னணு மூலம் சந்தைப்படுத்துதல் திறன்

போட்டித்திறன், உற்பத்தித்திறன், புதுமை மற்றும் தொழில்முறை ஆகியவற்றை அதிகரிக்க மின்னணுப் பயன்பாட்டுத் திறன்கள் முக்கிய காரணிகளாகும். மின்னணுக் கருவிகள் மற்றும் தொழில்நுட்பத்தைப்

குறிப்பு

பயன்படுத்துவதற்கான அறிவு ஒரு தொழில்முனைவோருக்கும், அவரது வணிகத்தின் வளர்ச்சிக்கும் இன்றியமையாதது ஆகும்.

மே 9 மற்றும் 10 ஆகிய தேதிகளில் புளோரன்ஸ் நகரில் நடைபெற்ற 2வது தொழில் முனைவோர்கள் மேம்பாட்டு நிறுவனம் சார்பில் நடந்த கூட்டத்தில் துருக்கி, இத்தாலி மற்றும் போர்ச்சுகல் ஆகிய நாடுகளைச் சேர்ந்தவர்கள் கலந்து கொண்டனர். அந்த கூட்டத்தில் மின்னணு மூலம் சந்தைப்படுத்துதல் திறன்களைப் பற்றி விவாதிக்கவும், வளர்க்கவும் தொழில்முனைவோருக்கு வாய்ப்பு கிடைத்தது.

5.4 தொழில்முனைவோர் திறன்களை வளர்த்தல்

ஒவ்வொரு தொழில்முனைவோரும் கொண்டிருக்க வேண்டிய திறன்கள் பின்வருமாறு:

1. பணத்தை நிர்வகிக்கும் திறன்

ஒரு தொழில்முனைவோர் ஒரு வணிகத்தில் தனது பணத்தின் செலவீனத்தை சரியாக நிர்வகிக்க வேண்டும். அவர் தனது பணத்தை நிர்வகிக்கவில்லை என்றால், வணிக வரவு செலவுத் திட்டத்தை தீட்டுவதற்கு தேவையான ஆலோசனையை தகுந்த நபரிடம் இருந்து பெற வேண்டும்.

2. பணம் திரட்டும் திறன்

ஒரு தொழில்முனைவோர் தனது முதலீட்டைப் பெறுவதற்காக பணத்தை நிர்வகிக்கத் தெரிந்தவுடன், எங்கிருந்து பணம் பெறுவது என்பதையும், தனது வணிகத்திற்கு ஏற்படும் சிரமங்களை எப்படி எதிர்கொள்ளுதல் என்பதை பற்றியும், எவ்வாறு தீர்வு காண்பது என்பதை புரிந்து கொள்ள முடியும்.

3. தொழில் மன அழுத்தத்தை குறைக்கும் திறன்

மன அழுத்தம் நகைப்புக்குரிய விஷயம் அல்ல. ஒரு தொழில்முனைவோர் பின்னடைவுகளால் விரக்தியடைந்து வருத்தப்பட

நேர்ந்தால், அவர் போராடுவார். அவரது நன்மைக்காக மன அழுத்தத்தை எவ்வாறு நிர்வகிப்பது என்பதைக் கற்றுக்கொள்வது அவசியம்.

குறிப்பு

4. தொழில் உற்பத்தி திறன்

இது ஒரு பெரிய தலைப்பை அடிப்படையாகக் கொண்டது. ஒரு தொழில்முனைவோர் தனது திறனைப் பயன்படுத்திக் கொள்ள வேண்டும். ஒரு வணிகத்தில் வெற்றிபெற அவர் தனது சொந்த உற்பத்தித் திட்டத்தை உருவாக்க வேண்டும்.

5. தொழில்முனைவோர் நண்பர்களை உருவாக்கும் திறன்

தொழில்முனைவோர் பற்றிய ஜிம் ரோனின் கருத்துப்படி, ஒரு தொழில்முனைவோர் தனது சக தொழில்முனைவோர் நண்பர்களைக் கண்டுபிடிக்க வேண்டும், அவர்களின் தனது போராட்டங்களைப் புரிந்துகொண்டு அவருக்குத் தேவையான நுண்ணறிவைக் கொடுக்க முடியும்.

6. பலங்களையும் பலவீனங்களையும் அடையாளம் காணும் திறன்

ஒரு வணிக உரிமையாளர் என்ற முறையில், அவர் எல்லாவற்றிலும் சரியானவராக இருக்கத் தேவையில்லை. அவர் எங்கு பலமாக இருக்கிறார், எங்கு பலவீனமாக இருக்கிறார் என்பதை அவர் புரிந்து கொள்ள வேண்டும். ஒரு தொழில்முனைவோர் தனது குறிக்கோள்களைச் செயல்படுத்த தனது பலத்தையும் பலவீனத்தையும் மதிப்பிட தெரி யவேண்டும்.

7. திறமையானவர்களை வேலைக்கு அமர்த்தும் திறன்

எந்தவொரு தொழில்முனைவோருக்கும் இருக்கக்கூடிய மிக முக்கியமான திறமைகளில் இதுவும் ஒன்றாகும். அவரது குழுவில் திறமையான நபர்களைக் வேலைக்கு அமர்த்துவது அவருக்கு புதிய பலங்களை உண்டாக்கும். அதே நேரத்தில் பணியாளர்களை ஒரு பகுதியாக இருக்க விரும்பும் நிறுவனம் பண்பாட்டையும் உருவாக்குகிறது. திறமையான தொழிலாளிகளை விரும்பும் இடத்திற்குச் செல்ல சரியான நபர்களை நியமிப்பது அவசியம் ஆகும்.

குறிப்பு

8. புதிய பணியாளர்களைப் பயிற்றுவிக்கும் திறன்

ஒரு தொழில்முனைவோர் புதிதாக ஒருவரைக் கொண்டுவரும்போது, பல்வேறு இணைப்பு செயல்பாட்டின் திறமையானவர்கள் என்ன செய்ய வேண்டும், என்ன செய்யக்கூடாது என்பது அவர்களுக்குத் தெரியும் என்பதை உறுதி செய்யவேண்டும். தனது நிறுவனத்தை சரியான திசையில் நகர்த்துவதற்கு உதவுவது மட்டுமல்லாமல், இது நல்ல ஊழியர்களின் அர்ப்பணிப்பு அளவை அதிகரிக்கும் மற்றும் தவறான நடத்தைகளைப் தடுக்கும் காரணங்களைக் கொடுக்கும்.

9. பணியாளர்களை நிர்வகிக்கும் திறன்

தொழில்முனைவோர் சரியான நபர்களைக் கொண்டிருந்தால், அவர்களை நன்றாக நிர்வகிக்க வேண்டும். நிர்வகிப்பது எப்படி என்று அவருக்கு ஏற்கனவே தெரியாவிட்டால், அவர்களின் ஊழியர்களை எவ்வாறு ஊக்குவிப்பது மற்றும் மேம்படுத்துவது என்பதை பற்றி அறிய சரியான நேரத்தில் பகுத்தாய்வு செய்யவேண்டும்.

10. அடிப்படை SEO நடத்தும் திறன்

தொழில்முனைவோர் அடிப்படையில் தொழில் சார்ந்த இயந்திரங்களை தேடுதல் மேம்படுத்தப்படுதல் (SEO) மற்றும் மின்னணு மூலம் சந்தைப்படுத்துதல் பற்றி புரிந்து கொள்ள வேண்டும். ஒரு தொழில்முனைவோர் ஒரு தொழிலைத் தொடங்குவதற்கு முன்பு இந்தப் பகுதியைத் தெரிந்துகொள்ள விரும்புகிறார்.

11. A/B பிரித்தறியும் சோதனைக்கான திறன்

ஒரு பிரித்தறியும் சோதனை என்பது ஒரு எளிய செயல்முறையாகும், இது ஒரு மாற்றத்தை சோதிக்க ஒரு காட்சியை இரண்டு வழிகளில் இயக்குவதை உள்ளடக்குகிறது. வலைத்தளங்களை திறம்படச் செய்ய இது பொதுவாகப் பயன்படுத்தப்படுகிறது, ஆனால் இது திட்ட மேலாண்மை மற்றும் சந்தைப்படுத்தல் ஆகியவற்றின் பல துறைகளிலும் பயன்படுத்தப்படலாம்.

குறிப்பு

12. சமூக வலைப்பின்னல் மூலம் இணைக்கும் திறன்

SEO உடன், சமூக கட்டமைப்புகள் எந்தவொரு வணிகத்தின் சந்தைப்படுத்தல் அடிப்படை திறமையை முக்கிய பகுதியைக் குறிக்கின்றன. ஒவ்வொரு அடித்தளத்தையும் தொழில்முனைவோர் புரிந்து கொள்ள வேண்டியது மட்டுமல்லாமல், ஒவ்வொன்றிலும் தனது தொடக்க மற்றும் தனிப்பட்ட உற்பத்தியைக் கவனிக்க சிறந்த உத்திகளைக் கொண்டு தன்னைக் கையாள விரும்புவார்.

13. வாடிக்கையாளர்களின் மீது கவனம் செலுத்தும் திறன்

ஒரு தொழில்முனைவோருக்கு வாடிக்கையாளர்கள் இல்லாமல் எந்த வணிகமும் இல்லை. உண்மையான வாடிக்கையாளரின் தேவைகளை மையமாகக் கொண்ட அவரது தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகள் அனைத்தையும் அவர் உறுதி செய்ய வேண்டும். அவர் சிறந்த வாடிக்கையாளர் சேவையை வழங்குவதற்காக ஆராய்ச்சி செய்து கேள்விகளைக் கேட்க வேண்டும்.

14. மூடக்கூடிய தொழில் விற்பனையை கையாளும் திறன்

தொழில்முனைவோரின் கஷ்டங்களை வாடிக்கையாளர்களுக்கு தெரியப்படுத்துவது முக்கியம், ஆனால் விற்பனையை எதிர்கொள்வதில் பல தொழில்முனைவோர் சிக்கிக் கொள்கிறார்கள். இந்த நிலைக் குறித்து அவர் பதட்டமாக இருந்தால், மிகவும் தேவைப்படும் இந்த திறன்களைக் கற்றுக்கொள்ள விற்பனைப் பயிற்சி பட்டறையில் (Sales Training Workshop) சேர்ந்து பயிற்சி பெறலாம்.

15. புதிய யுத்திகளைக் கண்டறியும் திறன்

துறையில் வரும் புதிய மாற்றங்களைக் கண்டறியும் திறன் அவருக்கு இருந்தால், வணிகம் வேகமாக வளரும். புதிய தொடக்கங்கள் மற்றும் தொழில்நுட்பத்தின் முன்னேற்றங்கள் ஆகியவற்றைப் புதுப்பித்த நிலையில் வைத்திருப்பதை ஒரு புள்ளியாக மாற்றவும்.

குறிப்பு

16. தோல்வியைக் கையாளும் திறன்

"எந்தவொரு வணிக முயற்சியும் வெற்றிக்கான ஒரு நேர் கோடு அல்ல" ஏற்றத் தாழ்வுகளை எவ்வாறு கையாள்வது என்பது அவசியம். அங்குள்ள ஒவ்வொரு தொழில்முனைவோரும் வெற்றிகரமான நபரும் வெற்றியைப் பெறுவதற்கு முன்பு பலமுறை தோல்வியடைந்ததை நினைவில் கொண்டு, தோல்வி என்பது முடிவு அல்ல. இது வெற்றிக்கான பாதையிலுள்ள ஒரு புள்ளி மட்டுமே என்பதை நினைவில் வைத்துக்கொள்ளவேண்டும்.

17. உலகத்தை மேம்படுத்தும் ஆசை

உலகில் ஒரு நேர்மறையான மாற்றத்தை ஏற்படுத்துவதே சிறந்த மற்றும் நீடித்த செயலூக்கம் ஆகும். அவர் தனது வணிகத்தையும் அவரது வெற்றியையும் அந்த முன்னுரிமையில் கவனம் செலுத்தும்போது, இலக்கை அடைய எந்த புயலையும் எதிர்கொள்ள அவர் தயாராக இருப்பார். ஒரு தொழில்முனைவோராக இருப்பது ஒரு பெரிய பணி, ஆனால் இந்த திறன்கள் அனைத்தையும் கற்றுக்கொள்ள முடியும். தொழில்முனைவோருடைய குறைபாடு எங்குள்ளது என்று கவனிப்பதே அவரது வெற்றியைத் தீர்மானிக்கும்.

5.5 ஒரு தொழில்முனைவோரின் திறன்கள்

சிக்கலைத் தீர்க்கும் திறன் வாழ்க்கையில் மிகவும் முக்கியமானது மற்றும் வணிகத்தில் அதிகம். உங்களுடைய தொழில், வணிகம் அல்லது வாழ்க்கை முறையைப் பொருட்படுத்தாமல், பிரச்சினைகளைத் தீர்ப்பது அன்றாட வாழ்க்கையின் ஒரு பகுதியாகும். தொழில்முனைவோர் என்பது கருத்துக்களை யதார்த்தமாக மாற்றும் நபர் ஆவார்கள். இதன் விளைவாக, நம் சமூகத்தில் மிக முக்கியமானவர்கள். ஒரு தொழில்முனைவோர் பயணம் ஏற்றத் தாழ்வுகள் மற்றும் பிரச்சினைகளை தீர்க்கும் திறன் நிறைந்துள்ளதால், தொழிலில் பெரும் வெற்றிபெற வழி வகுக்கிறது. பிற தொழில்முனைவோரின்

அனுபவங்களைப் பற்றி கேட்பதன் மூலம் சிக்கலைத் தீர்க்கும் திறன்கள் காலப்போக்கில் உருவாகி விடும்.

குறிப்பு

5.5.1 முடிவெடுத்தல்

சிக்கல்களைத் தீர்க்கும் ஒவ்வொரு சூழ்நிலையும் வேறுபட்டது, எனவே ஒவ்வொரு முறையும் வேறுபட்ட அணுகுமுறை தேவைப்படுகிறது. சில வணிக சவால்களில் மிகவும் கடினமானவை, இணையதள வர்த்தகத்தில் விற்க ஒரு புதிய தயாரிப்பை சந்தைக்கு எடுத்துச் செல்வது போன்றவை ஆகும். அவற்றின் தீர்வுகளுக்கு மற்றவர்களை விட அதிக சிந்தனையும் நுகர்வோரின் விமர்சன மதிப்பீடும் தேவைப்படலாம். மற்ற சிக்கல்கள் மிகவும் எளிமையானவை, மேலும் அவர் அவற்றை எளிதில் தீர்க்க முடியும், ஆனால் ஒரு பிரச்சினை எவ்வளவு பெரியது அல்லது எவ்வளவு சிக்கலானது என்பதைப் பொருட்படுத்தாமல், அவர் எப்போதும் ஒரு சாமர்த்தியமான தீர்வைக் கண்டுபிடிக்க வேண்டும். ஒரு சிறந்த சிக்கல் தீர்வாக இருப்பதன் ஒரு பகுதி, ஒவ்வொரு சூழ்நிலையையும் எவ்வாறு மதிப்பிடுவது மற்றும் ஒரு முழுமையான காலகட்டத்தில் விளைவுகளைப் பார்ப்பது என்பதை அறிவது ஆகும். தொழில்முனைவோர்களுடைய தீர்வுகள் நீண்ட காலத்திற்கு அவரது வணிகத்தை எவ்வாறு பாதிக்கும் என்பதை பகுப்பாய்வு செய்தல் வேண்டும். ஒரு பெரிய பிரச்சனையின் பாதிப்பைக் கண்டறிந்தவுடன், அவர் நிலைமையை மதிப்பீடு செய்து இந்த திறன்களைப் பயன்படுத்த வேண்டும். அவர் கடினமானதாகக் கருதிய சில விஷயங்கள் உண்மையில் அவருக்கு சாதகமாக மாறுவதற்கு வாய்ப்புள்ளது.

எந்தவொரு தொழில்முனைவோரும் தேர்ச்சி பெற வேண்டிய ஆறு சிக்கல்களை தீர்க்கும் திறன்கள் உள்ளன:

1. விமர்சன சிந்தனை

நம்மில் பெரும்பாலோர் ஒரு பிரச்சினையில் விரைவான முடிவுகளை எடுக்க முனைகிறோம். கையில் இருக்கும் சிக்கலைப் பற்றி

குறிப்பு

சிந்திக்க நேரம் ஒதுக்காமல் நம் மனதில் வரும் முதல் யோசனையை வெறுமனே செயல்படுத்துகிறோம்.

விமர்சன சிந்தனை என்பது தீர்ப்பை வழங்குவதற்கு முன் பிரச்சினையை தர்க்கரீதியாக ஜீரணிக்க நேரம் எடுக்கும் செயல்முறையாகும். இந்த திறனைப் பயன்படுத்தி, ஒரு நபர் பிரச்சினை தொடர்பான அனைத்து காரணிகளையும் பகுப்பாய்வு செய்து பொருத்தமான மற்றும் திருப்திகரமான முடிவுக்கு வருவார். நிதி, சட்ட சிக்கல்கள் மற்றும் பணியாளர்கள் தொடர்பான முடிவுகளை எடுக்கும்போது இந்த சிக்கலைத் தீர்க்கும் திறன் வணிகத்தில் முக்கியமானது. சிக்கல்களைப் பற்றி விமர்சன ரீதியாக சிந்திக்க முடிவது வாழ்க்கையிலும் வணிகத்திலும் வெற்றிக்கு மையமாகும்.

2. படைப்பாற்றல் ∴ கிளைவழி சிந்தனை

படைப்பாற்றல் / கிளைவழி சிந்தனை என்பது பிரச்சினைகளைத் தீர்க்கும்போது அவற்றிற்கு வெளியே இருந்து சிந்திக்கும் திறன். கண்டுபிடிப்பாளர்கள் மற்றும் பின்பற்றுபவர்கள் என பல்வேறு வகையான தொழில்முனைவோர் உள்ளனர். பின்பற்றுபவர்கள் வாழ்க்கையைப் பற்றிய ஒரு பரிமாணக் கண்ணோட்டத்தைக் கொண்டுள்ளனர் மற்றும் ஒரு பிரச்சினைக்கான தீர்வுகள் எல்லாவற்றிற்கும் வேலை செய்யும் என்று நினைக்கிறார்கள். மறுபுறம், கண்டுபிடிப்பாளர்கள் சிக்கல்களைப் பற்றி வித்தியாசமாக சிந்திப்பதை நம்புகிறார்கள். தொழில்முனைவோர் இந்த பிரச்சனை குறித்து பல கேள்விகளைக் கேட்க வேண்டும், மேலும் நல்ல தீர்வுகளுக்கு வழிவகுக்கும் திடமான முடிவுகளை எடுக்க வேண்டும். படைப்பாற்றல் என்பது அவரது மனதை ஆராயவும், கையில் உள்ள சிக்கல்களை ஆழமாக தோண்டவும் அனுமதிக்கிறது, மேற்பரப்பைத் தாண்டி ஒவ்வொரு சிக்கலையும் பகுப்பாய்வு செய்ய அவரது விமர்சன சிந்தனை சிக்கல் தீர்க்கும் திறன்களைப் பயன்படுத்துகிறது.

3. முன்முயற்சி

ஒரு வெற்றிகரமான தொழில்முனைவோராக மாறுவதற்கு முன்முயற்சி மையமாகும். வாடிக்கையாளர் கையகப்படுத்தல்

குறிப்பு

அடிப்படையில் இது முக்கியமானது மட்டுமல்ல, இது ஒரு சிக்கலை தீர்க்க உதவுகிறது. "செயல்திறன்மிக்க தொழில்முனைவோர் எப்போதுமே விஷயங்களைச் செய்வதற்கும், தங்கள் ஊழியர்களுடன் தொடர்புகொள்வதற்கும், தங்கள் தயாரிப்பு அல்லது சேவையை மேம்படுத்துவதற்கும், கவனக்குறைவாக எதிர்காலத்தில் பிரச்சினைகள் ஏற்படும் அபாயத்தைக் குறைப்பதற்கும் புதிய வழிகளைத் தேடுகிறார்கள். ஒரு தொழில்முனைவோரின் முன்முயற்சி ஒவ்வொரு காலங்களிலும் உருவாக்கப்பட்டது, மேலும் அவர் தனது தயாரிப்பு மீது ஆர்வம் கொண்டவர், வெற்றி பெறுவதில் உறுதியாக இருக்கிறார்" ஆகியவையே முதலீட்டாளர்கள் கொண்டிருக்க வேண்டிய விரும்பும் குணங்கள். எந்தவொரு நல்ல சிக்கல் தீர்க்கும் நபருக்கும் எவ்வாறு ஆராய்ச்சி செய்வது, தமக்கும் மற்றவர்களுக்கும் இடையிலான ஒற்றுமையைக் கண்டறிவது மற்றும் சிக்கல்களுக்கு நல்ல தீர்வுகளைத் தேடுவதற்கு அவர்களின் முன்முயற்சியைப் பயன்படுத்துவது மற்றும் ஒரு நல்ல சிக்கல் தீர்க்கும் நபரின் ஒரு பகுதி, நீங்கள் எத்தனை முறை தோல்வியடைந்தாலும் தொடர்ந்து செல்வதற்கான திறன் ஆகும்.

4. விடாமுயற்சி

விடாமுயற்சி (உறுதிப்பாடு அல்லது விடாமுயற்சி) என்பது வெற்றிகரமான மக்களின் முக்கிய பண்பு. சிக்கல்கள் வெவ்வேறு வழிகளில் வருகின்றன, சில தொழில்நுட்பமான மற்றும் சில நிதி சார்ந்தவை. பெரும்பாலான சந்தர்ப்பங்களில், மிகவும் சிக்கலான பிரச்சனைகள், மிகவும் விமர்சன சிந்தனை மற்றும் விடாமுயற்சி தேவை. விடாமுயற்சி என்பது ஒரு முக்கியமான சிக்கலைத் தீர்க்கும் திறமையாகும், இது பெரும்பாலும் நிறைய நபர்களால் தவறாகப் புரிந்து கொள்ளப்படுகிறது. விடாமுயற்சியுடன் இருப்பது என்பது ஒரே காரியத்தை மீண்டும் மீண்டும் செய்வதையும் வேறு முடிவை எதிர்பார்ப்பதையும் அர்த்தப்படுத்துவதில்லை. ஒரு தொழில்முனைவோர் தனது முடிவெடுப்பதில் புத்திசாலித்தனமாக இருக்க வேண்டும் மற்றும் நிலையான மதிப்பீட்டின் மூலம் சிறந்த முடிவை அடைய தீர்மானிக்க வேண்டும்.

குறிப்பு

5. வளைந்து கொடுக்கும் தன்மை ∴ நெகிழ்வுத்தன்மை

வளைந்து கொடுக்கும் தன்மை அல்லது நெகிழ்வுத்தன்மை என்பது திறந்த மனதுடன் புதிய வாய்ப்புகள் மற்றும் மாற்றங்களை அடையும் திறன் ஆகும். இது காணொளி விளையாட்டை உருவாக்குவதற்கான தேடலில் நிறுவனர் (ஸ்லாக்) தோல்வியடைந்த பின்னரே, ஒரு பில்லியன் டாலர் உற்பத்தித்திறன் கொண்ட மென்பொருள் நிறுவனமாக காணொளி விளையாட்டை அதன் நிறுவனர்கள் உருவாக்க முடிந்தது. ஒரு தொழில்முனைவோர் வெவ்வேறு சூழ்நிலைகள் அல்லது சூழ்நிலைகளுக்கு ஏற்ப தனது மனதை மாற்றிக்கொள்ள வேண்டும். சிலர் பின்வாங்கலாம் மற்றும் உங்களை மிகவும் விரக்தியடையச் செய்யலாம். வளைந்துகொடுப்பவராக இருப்பதன் மூலம், ஒரு சிக்கலைத் தீர்க்க அவர் வெவ்வேறு தீர்வுகளைப் பயன்படுத்த முடியும். எந்தவொரு பயனையும் பெற இயலாத ஒரு தீர்வைத் தேடுவதைவிட இது மிகவும் சிறந்தது. இதேபோன்ற சிக்கல்களைத் தீர்ப்பதில் நிபுணர்களாக இருக்கும் மற்றவர்களிடமிருந்து பரிந்துரைகளைப் பெறுவதற்கு ஒரு வளைந்துகொடுக்கும் நபரே திறமையானவர்.

6. சுய ஒழுக்கம்

இறுதியாக, ஒரு தொழில்முனைவோர் கவனத்துடன் ஒழுக்கமாக இருக்க வேண்டும். வெவ்வேறு சிக்கல்களைத் தீர்ப்பதில் அவர் எவ்வளவு நல்லவர் என்பதைப் பொருட்படுத்தாமல், அவருக்கு சுய ஒழுக்கம் இல்லையென்றால் அவரது முயற்சிகள் பலனைத் தராது. இது தன்னைக் கட்டுப்படுத்திக் கொள்ளும் திறன் மற்றும் பிரச்சினைக்கான தீர்வுகளைக் கண்டுபிடிப்பதில் கவனம் செலுத்துதல். சூழ்நிலைகளை தொடர்ந்து மதிப்பிடுவதும் அவற்றைப் பற்றி விமர்சன ரீதியாக சிந்திப்பதும், அவர் வெற்றிபெற ஒரு குறிப்பிட்ட அளவிலான ஒழுக்கம் தேவைப்படுகிறது.

சுய ஒழுக்கமாக இருப்பதன் மூலம், எந்தவொரு வெளிப்புற காரணிகளாலும் திசைதிருப்பப்படாமல் அவர் சரியான பாதையில் இருக்க முடியும். ஒவ்வொரு முறையும் சிறந்த தீர்வுகளைக் கண்டுபிடிப்பதில் முழுமையாக ஈடுபட இந்த திறமை அவருக்கு உதவும்.

குறிப்பு

5.5.2 சிக்கலைத் தீர்ப்பதில் படிநிலைகள்

ஒரு தொழில்முனைவோர் எந்த வகையான பிரச்சினையை எதிர்கொள்கிறார் என்பது முக்கியமல்ல. மிக முக்கியமான விஷயம் என்னவென்றால் அவர் அதை எவ்வாறு தீர்க்கிறார் என்பதுதான். இந்த ஆறு சிக்கல்களைத் தீர்க்கும் திறன்களை அவர் ஒரு சிரமான சூழ்நிலையை எதிர்கொள்ளும் போதெல்லாம் பயன்படுத்தலாம்.

அ. முடிவெடுக்கும் செயல்முறை

முடிவெடுக்கும் செயல்முறை என்பது அவரது தொழிலில் மிக முக்கியமான செயல்முறைகளில் ஒன்றாகும். இந்த செயல்முறையின் பல்வேறு வகைகளை அவர் உண்மையில் பார்க்க முடியும், ஆனால் பொதுவாக, அவை அனைத்திற்கும் ஒரே நோக்கம் உள்ளது - பயனுள்ள மற்றும் திறமையான முடிவு அவரது வணிகத்தில் முன்னேற்றத்தைத் தரும். முடிவெடுக்கும் செயல்பாட்டில் பயன்படுத்தப்பட்ட அணுகுமுறையில் மிகவும் பொதுவான முடிவெடுக்கும் படிகள் பின்வருமாறு:

1. சிக்கலை அங்கீகரித்தல்

ஒவ்வொரு முடிவெடுக்கும் செயல்முறையும் சிக்கல் அல்லது விரும்பிய மற்றும் தற்போதைய நிலைக்கு இடையில் உள்ள சில முரண்பாடுகளுடன் தொடங்குகிறது. விரும்பிய நிலைக்கும், தற்போதைய நிலைக்கும் உள்ள வேறுபாடே முடிவெடுக்கும் செயல்முறையின் மூலம் அவர் தீர்க்க வேண்டிய இடைவெளி அல்லது பிரச்சினை. இந்த நிலையில், அவர் தனது நிறுவனத்தின் விரும்பிய நிலை மற்றும் அவர் அடைய விரும்பும் குறிக்கோள்கள் பற்றிய தனது பார்வையுடன் தொடங்கலாம். அவரது முடிவெடுக்கும் செயல்பாட்டின் இந்த கட்டத்தின் ஒரு பகுதியாக அவர் பதிலளிக்க வேண்டிய சில கேள்விகள் பின்வருமாறு:

ஒரு சிறு வணிகத்திற்கு மிகவும் முக்கியமான நிலைகள் (Stages) யாவை?

குறிப்பு

இந்த நிலைகளுக்கு சிறு வணிகம் எந்தளவு நெருக்கமானது அல்லது தொடர்புடையது?

ஒரு தொழில்முனைவோர் விரும்பிய நிலையிலோ அல்லது அந்நிலைக்கு நெருக்கமாகவோ ஏன் இருக்கிறார்?

மிக முக்கியமான பிரச்சினைகள் யாவை?

2. சிக்கலை பகுப்பாய்வு செய்தல்

சாத்தியமான சிக்கல்களைக் கண்டறிந்த பிறகு, ஒரு தொழில்முனைவோர் ஒரு சிறு வணிக சாதனைகளில் ஏற்படும் சிக்கல்களின் தாக்கத்தை பகுப்பாய்வு செய்து தொடங்கலாம். அவரது பகுப்பாய்வில், ஒரு சிறு வணிகத்தில் தாக்கத்தை ஏற்படுத்துவதை அவர் கண்டுபிடிக்க வேண்டும். பிரச்சினையின் தாக்கம் அதிகமாக இருந்தால், பிரச்சினையின் முக்கியத்துவமும் அதிகமாக இருக்கும்.

3. சாத்தியமான தீர்வுகளை வரையறுத்தல்

கொடுக்கப்பட்ட பிரச்சினைக்கு சாத்தியமான அனைத்து தீர்வுகளுக்கும், அதற்கு ஏற்றவாறு ஒரு தொழில்முனைவோர் மனதை மாற்றம் செய்தல் அவசியமாகிறது. மிகவும் சிக்கலான பிரச்சனைகளுக்கு, சாத்தியமான தீர்வுகளை உருவாக்க அவர் பகுப்பாய்வு செய்கிறார். ஒரு தொழில்முனைவோர் பிரச்சினைகளின் காரணங்களைப் பற்றி சிந்திக்கிறார். முடிவெடுக்கும் செயல்முறை அடையாளம் காணப்பட்ட ஒவ்வொரு சிக்கலுக்கும் சாத்தியமான காரணங்களை சேர்க்க வேண்டும்.

4. சாத்தியமான அனைத்து தீர்வுகளையும் ஆய்வு செய்தல்

ஒரு தொழில்முனைவோர் அவற்றை மதிப்பிடுவதற்கான அனைத்து முன்மொழியப்பட்ட தீர்வுகளையும் பகுப்பாய்வு செய்து எதிர்காலத்தில் அவர் செயல்படுத்தும் ஒரு முடிவை எடுக்க வேண்டும். முடிவெடுக்கும் செயல்பாட்டில் அவரது பட்டியலின் முடிவில் மேலே உள்ள சிறந்தவர்களிடமிருந்து தேவையற்ற சாத்தியமான அனைத்து தீர்வுகளின் தரவரிசைகளையும் இந்த நடவடிக்கை கொடுக்க வேண்டும்.

குறிப்பு

5. பயன்பாட்டிற்கான சிறந்த தீர்வைத் தேர்ந்தெடுத்தல்

ஒரு தொழில்முனைவோர் பிரச்சினைக்கு சிறந்த தீர்வைத் தேர்ந்தெடுக்கிறார்.

6. முடிவை நடைமுறைப்படுத்துதல்

சிக்கலைத் தீர்க்க முடிவெடுப்பது தேர்ந்தெடுக்கப்பட்டதும், அதை செயல்படுத்த வேண்டும். செயல்படுத்திய பின், அடையாளம் காணப்பட்ட சிக்கலில் குறிப்பிட்ட தீர்வுக்கான முடிவுகளை சரிபார்க்க வேண்டியது அவசியம்.

5.6 பயிற்சி

பயிற்சி என்பது ஒரு தொழில்முனைவோரின் செயல்திறனை மேம்படுத்துவதை உள்ளடக்குகிறது. பயிற்சி என்பது ஒரு வணிகத்தில் செயல்திறனை மேம்படுத்த தொழில்முனைவோருக்கு குறிப்பிட்ட அறிவு அல்லது திறன்களைக் கற்றுக்கொள்ள உதவும் ஒரு திட்டமாகும்.

5.6.1 தொழில்முனைவோரை ஆதரிக்கும் நிறுவனங்களின் பட்டியல்

நம் நாட்டில் தொழில்முனைவோரை ஆதரிக்கும் சில நிறுவனங்களின் பெயர்கள் பின்வருமாறு:

1. சிறு தொழில்கள் மேம்பாட்டு அமைப்பு (SIDO)
2. தேசிய சிறு தொழில்கள்
3. கார்ப்பரேஷன் லிமிடெட் (NSIC)
4. மாநில சிறு அளவிலான தொழில்கள் மேம்பாட்டுக் கழகங்கள் (SSIDCs)
5. சிறு அளவிலான தொழில்துறை வாரியம் (SSIB)
6. இந்திய முதலீட்டு மையம் (IIC)
7. சிறுதொழில் சேவை நிறுவனங்கள் (SISIs)
8. மாவட்ட தொழில் மையங்கள் (DICs)
9. தொழில்துறை தோட்டங்கள்

குறிப்பு

10. தொழில்முனைவோர் மற்றும் சிறு வணிக மேம்பாட்டுக்கான தேசிய நிறுவனம்
11. (NIESBUD), புது தில்லி, மத்திய கருவி வடிவமைப்பு நிறுவனம் (CITD), ஹைதராபாத்
12. மத்திய கருவி அறை மற்றும் பயிற்சி மையங்கள் (CTTC)
13. மத்திய கை கருவிகள் நிறுவனம் (CIHT)
14. மின் அளவீட்டு கருவியின் வடிவமைப்புக்கான நிறுவனம் (IDEMI) மும்பை
15. தேசிய சிறு தொழில்கள் மற்றும் விரிவாக்க பயிற்சி நிறுவனம் (NISIET), ஹைதராபாத்
16. தொழில்நுட்ப ஆலோசனை நிறுவனங்கள் (TCOs)
17. தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு நிறுவனம் (IEDs) மற்றும் தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு மையங்கள் (CEDs) மத்திய பட்டு வாரியம், தென்னை நார் வாரியம்
18. தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு நிறுவனம் (EDI), அகமதாபாத்
19. ஊரக வளர்ச்சி மற்றும் சுய வேலைவாய்ப்பு பயிற்சி நிறுவனம் (RUDSETI)
20. வேளாண்மை மற்றும் ஊரக வளர்ச்சிக்கான தேசிய வங்கி (NABARD)
21. ஏற்றுமதி - இந்திய இறக்குமதி வங்கி (EXIM Bank)
22. பிராந்திய கிராமப்புற வங்கிகள் (RRBs)
23. தேசிய தொழில்துறை மேம்பாட்டுக் கழகம் (NIDC)
24. வணிக வங்கிகள்
25. காதி மற்றும் கிராம தொழில் ஆணையம் (KVIC)

5.7 உங்களுடைய முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்கவும்

1. தொழில்முனைவோர் திறனின் வகைகளைக் குறிப்பிடவும்?

குறிப்பு

2. தொழில்முனைவோர் திறனின் முக்கியத்துவத்தை பட்டியலிடுங்கள்?
3. முடிவெடுப்பதில் உள்ள படிகளை சுருக்கமாக விளக்கவும்?

5.8 குறுகிய பதில்களுக்கான கேள்விகள்

1. ஒரு தொழில்முனைவோரின் திறன்கள் குறித்து சிறு குறிப்பு வரைக.
2. ஒரு தொழில்முனைவோரின் திறன்களை விவரிக்கவும்.
3. ஒரு வணிகத்தில் முடிவெடுப்பது என்றால் என்ன?
4. ஒரு நிறுவனம் / வணிகத்தில் விமர்சன சிந்தனை எவ்வாறு பயனுள்ளதாக இருக்கும்?
5. இந்தியாவில் தொழில்முனைவோருக்கு பயிற்சி அளிக்கும் ஆறு நிறுவனங்களையும் குறிப்பிடுங்கள்.

5.9 நீண்ட பதில்களுக்கான கேள்விகள்

1. ஒரு தொழில்முனைவோரின் திறன்கள் யாவை? விளக்கமாக கூறவும்.
2. ஒரு தொழில்முனைவோருக்கு திறன்கள் ஏன் தேவைப்படுகிறது?
3. ஒரு தொழில்முனைவோருக்குத் தேவையான சிக்கல்களைத் தீர்க்கும் திறன்களை விளக்குங்கள்.
4. ஒரு வணிகத்தில் முடிவெடுக்கும் செயல்பாட்டின் படிகளை மதிப்பீடு செய்யுங்கள்.

5.10 உங்களுடைய முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்கும் பதில்

1. மேலாண்மை மற்றும் தலைமைத்துவ திறன்கள்
2. நெட்வோர்க்கிங் மற்றும் தொடர்பு திறன்
3. ஒரு வணிகத் திட்டத்தைத் திட்டமிடுதல் மற்றும் நிதி அணுகல்
4. கணினி மூலம் சந்தைப்படுத்தும் திறன்

குறிப்பு

மன அழுத்தத்தை குறைக்கும் திறன்

மன அழுத்தம் நகைக்கும் விஷயம் அல்ல. ஒரு தொழில்முனைவோர் பின்னடைவுகளால் விரக்தியடைந்து வருத்தப்பட நேர்ந்தால், அவர் போராடுவார். அவரது நன்மைக்காக மன அழுத்தத்தை எவ்வாறு நிர்வகிப்பது என்பதைக் கற்றுக்கொள்வது அவசியம்.

உற்பத்தி திறன்

இது ஒரு பெரிய தலைப்பை அடிப்படையாகக் கொண்டது. ஒரு தொழில்முனைவோர் தனது திறனைப் பயன்படுத்திக் கொள்ள வேண்டும். ஒரு வணிகத்தில் வெற்றிபெற அவர் தனது சொந்த உற்பத்தித் திட்டத்தை உருவாக்க வேண்டும்.

தொழில்முனைவோர் நண்பர்களை உருவாக்கும் திறன்

தொழில்முனைவோர் பற்றிய ஜிம் ரோனின் கருத்துப்படி, ஒரு தொழில்முனைவோர் தனது தொழில்முனைவோர் நண்பர்களைக் கண்டுபிடிக்க வேண்டும், அவர் தனது போராட்டங்களைப் புரிந்துகொண்டு அவருக்குத் தேவையான நுண்ணறிவைக் கொடுக்க முடியும்.பலங்களையும் பலவீனங்களையும் அடையாளம் காணும் திறன் ஒரு வணிக உரிமையாளர் என்ற முறையில், அவர் எல்லாவற்றிலும் சரியானவராக இருக்கத் தேவையில்லை. அவர் எங்கு பலமாக இருக்கிறார், எங்கு பலவீனமாக இருக்கிறார் என்பதை அவர் புரிந்து கொள்ள வேண்டும். ஒரு தொழில்முனைவோர் தனது குறிக்கோள்களைச் செயல்படுத்த தனது பலத்தையும் பலவீனத்தையும் மதிப்பிட வேண்டும். முடிவெடுக்கும் செயல்பாட்டில் பயன்படுத்தப்பட்ட அணுகுமுறையில் மிகவும் பொதுவான முடிவெடுக்கும் படிகள் பின்வருமாறு:

1. சிக்கலை அங்கீகரித்தல்

ஒவ்வொரு முடிவெடுக்கும் செயல்முறையும் சிக்கல் அல்லது விரும்பிய மற்றும் தற்போதைய நிலைக்கு இடையில் உள்ள சில முரண்பாடுகளுடன் தொடங்குகிறது. விரும்பிய நிலைக்கும், தற்போதைய நிலைக்கும் உள்ள வேறுபாடே முடிவெடுக்கும் செயல்முறையின் மூலம் அவர் தீர்க்க வேண்டிய இடைவெளி அல்லது பிரச்சினை. இந்த

குறிப்பு

கட்டத்தில், அவர் தனது நிறுவனத்தின் விரும்பிய நிலை மற்றும் அவர் அடைய விரும்பும் குறிக்கோள்கள் பற்றிய தனது பார்வையுடன் தொடங்கலாம். அவரது முடிவெடுக்கும் செயல்பாட்டின் இந்த கட்டத்தின் ஒரு பகுதியாக அவர் பதிலளிக்க வேண்டிய சில கேள்விகள் பின்வருமாறு:

ஒரு சிறு வணிகத்திற்கு மிகவும் முக்கியமான நிலைகள் யாவை?

இந்த நிலைகளுக்கு சிறு வணிகம் எந்தளவு நெருக்கமானது?

ஒரு தொழில்முனைவோர் விரும்பிய நிலையிலோ அல்லது அந்நிலைக்கு நெருக்கமாகவோ ஏன் இருக்கிறார்?

மிக முக்கியமான பிரச்சினைகள் யாவை?

2. சிக்கலை பகுப்பாய்வு செய்தல்

சாத்தியமான சிக்கல்களைக் கண்டறிந்த பிறகு, ஒரு தொழில்முனைவோர் ஒரு சிறு வணிக சாதனைகளில் ஏற்படும் சிக்கல்களின் தாக்கத்தை பகுப்பாய்வு செய்து தொடங்கலாம். அவரது பகுப்பாய்வில், ஒரு சிறு வணிகத்தில் தாக்கத்தை ஏற்படுத்துவதை அவர் கண்டுபிடிக்க வேண்டும். பிரச்சினையின் தாக்கம் அதிகமாக இருந்தால், பிரச்சினையின் முக்கியத்துவமும் அதிகமாக இருக்கும்.

3. சாத்தியமான தீர்வுகளை வரையறுத்தல்

கொடுக்கப்பட்ட பிரச்சினைக்கு அதற்கு ஏற்றவாறு சரி செய்ய சாத்தியமான அனைத்து தீர்வுகளுக்கும் ஒரு தொழில்முனைவோர் மனதை மாற்றம் செய்தல் அவசியமாகிறது. மிகவும் சிக்கலான பிரச்சனைகளுக்கு, சாத்தியமான தீர்வுகளை உருவாக்க அவர் பகுப்பாய்வு செய்கிறார். ஒரு தொழில்முனைவோர் பிரச்சினைகளின் காரணங்களைப் பற்றி சிந்திக்கிறார். முடிவெடுக்கும் செயல்முறை அடையாளம் காணப்பட்ட ஒவ்வொரு சிக்கலுக்கும் சாத்தியமான காரணங்களை சேர்க்க வேண்டும்.

4. சாத்தியமான அனைத்து தீர்வுகளையும் ஆய்வு செய்தல்

ஒரு தொழில்முனைவோர் அவற்றை மதிப்பிடுவதற்கான அனைத்து முன்மொழியப்பட்ட தீர்வுகளையும் பகுப்பாய்வு செய்து எதிர்காலத்தில்

அவர் செயல்படுத்தும் ஒரு முடிவை எடுக்க வேண்டும். முடிவெடுக்கும் செயல்பாட்டில் அவரது பட்டியலின் முடிவில் மேலே உள்ள சிறந்தவர்களிடமிருந்து தேவையற்ற சாத்தியமான அனைத்து தீர்வுகளின் தரவரிசைகளையும் இந்த நடவடிக்கை கொடுக்க வேண்டும்.

குறிப்பு

பகுதி - 6

தொழில்முனைவோரின் அனுபவ கலாச்சாரம்

அமைப்பு:

6.1 அறிமுகம்

6.2 தொழில்முனைவோரின் அனுபவ கலாச்சாரம் என்பதன் பொருள்

6.2.1 தொழில்முனைவோரின் அனுபவ கலாச்சாரத்தின் முக்கிய பண்புகள்

6.2.2 தொழில்முனைவோரின் அனுபவ துணை கலாச்சாரங்கள்

6.2.3 தொழில்முனைவோரின் அனுபவ கலாச்சாரத்தை மாற்றுவதற்கான படிகள்

6.3 தொழில்முனைவோர் சமூகம்

6.4 மகளிர் தொழில்முனைவு

6.4.1 மகளிர் தொழில்முனைவின் கோட்பாடு

6.4.2 மகளிர் தொழில்முனைவோரின் செயல்பாடுகள் மற்றும் பங்கு

6.4.3 மகளிர் தொழில்முனைவோரை பாதிக்கும் காரணிகள்

6.4.4 மகளிர் தொழில்முனைவோரின் தன்மைகள்

6.4.5 மகளிர் தொழில்முனைவோரின் வளர்ச்சி

6.4.6 மகளிர் தொழில்முனைவோரின் சிக்கல்கள்

6.4.7 மகளிர் தொழில்முனைவோரின் பிரச்சினைகளைத் தீர்ப்பதற்கான தீர்வுகள்

6.4.8 கிராமப்புற மகளிர் தொழில்முனைவு

6.5 கிராமப்புற தொழில்முனைவு

6.5.1 கிராமப்புற தொழில்முனைவோரின் கருத்து

குறிப்பு

6.1 அறிமுகம்

எட்வர்ட் பர்னெட் டைலர் வழங்கிய கலாச்சாரத்தின் பிரபலமான வரையறை. "நாகரிகத்தின் அனுபவ அடிப்படை கலாச்சாரத்தில் அனைத்து சிக்கல்களும் உள்ளது, இதில் அறிவு, நம்பிக்கை, கலை, ஒழுக்கம், விருப்பம் மற்றும் திறன்கள் மற்றும் சமூகத்தின் உறுப்பினராக மனிதனால் பெறப்பட்ட பழக்கவழக்கங்கள் ஆகியவை அடங்கும்".

மனிதஉயிரியல் பரம்பரை என்பதை விட கற்றல் செயல்முறைகளால் கலாச்சாரம் தலைமுறையிலிருந்து அடுத்த தலைமுறைக்கு பரவுகிறது. பண்பாடு என்பது ஆட்டோமொபைல்கள், உடைகள், தளவாடங்கள், கட்டிடங்கள் போன்ற உறுதியான மனிதனால் உருவாக்கப்பட்ட பொருள்கள் (Material things) மற்றும் கண்ணுக்கு புலனாகாத அகப் பொருளான சட்டங்கள், ஒழுக்கங்கள், மொழிகள், இலட்சியங்கள், மதிப்புகள் போன்ற கருத்துக்களைக் கொண்டுள்ளது.

6.2 தொழில்முனைவோரின் அனுபவ கலாச்சாரம் என்பதன் பொருள்

தொழில்முனைவோர் அனுபவ கலாச்சாரம் என்பது பொருளாதாரத்தின் வளர்ச்சிக்கு உகந்த பார்வை, மதிப்புகள், விதிமுறைகள் மற்றும் பண்புகளை குறிக்கிறது. வளர்ந்து வரும் சந்தை சூழல் மற்றும் உலகமயமாக்கல் ஒவ்வொரு நிறுவனத்திற்கும்,

அமைப்பில் உள்ள ஒவ்வொரு நபருக்கும் சிந்தனை, பார்வை மற்றும் செயலில் மாற்றங்களைக் கருத்தில் கொள்ளவும், மதிப்பீடு செய்யவும், கொண்டு வரவும் சவால் விடுகிறது.

ஸ்டீவன்சன் மற்றும் கன்பேட்டின் கூற்றுப்படி, பன்னாட்டு கலாச்சாரம் தொழில்முனைவோர் அனுபவ கலாச்சாரம் மற்றும் நிர்வாக கலாச்சாரமாக வகைப்படுத்தப்படலாம். தொழில்முனைவோர் அனுபவ கலாச்சாரம், ஸ்டீவன்சன் மற்றும் கன்பேட்டின் பார்வையில், புதிய வாய்ப்புகளைத் தோற்றுவிப்பது, அவற்றைப் பயன்படுத்துவதற்கான வழிமுறைகள் மற்றும் அவற்றைப் பின்தொடர்வதற்கு பொருத்தமான கட்டமைப்பை உருவாக்குதல் ஆகியவற்றில் கவனம் செலுத்துகிறது. நிர்வாக கலாச்சாரம் என்பது பன்னாட்டு கலாச்சாரம் ஆகும், இது தற்போதுள்ள வாய்ப்புகளை நிறுவன கட்டமைப்புகள் மற்றும் கட்டுப்பாட்டு நடைமுறைகளில் கவனம் செலுத்துகிறது.

6.2.1 தொழில்முனைவோரின் அனுபவ கலாச்சாரத்தின் முக்கிய பண்புகள்

தொழில்முனைவோரின் முக்கிய பண்புகள்:

1. தொழில் திறனக்கு தகுந்தவாறு மாற்றியமைத்தல், அதாவது, தொழில்முனைவோர் மேலாளர்கள் வாய்ப்பைப் புரிந்துகொள்வதன் மூலம் இயக்கப்படுவார்கள்.
2. வாய்ப்புகளைப் பயன்படுத்திக் கொள்ள அர்ப்பணிப்பு. அவை குறுகிய காலத்துடன் புரட்சிகரமாக இருக்கும்.
3. அர்ப்பணிப்பு மற்றும் கட்டுப்பாட்டு வளங்கள், வளங்களை திறம்பட பயன்படுத்துதல்.

6.2.2 தொழில்முனைவோரின் அனுபவ துணை கலாச்சாரங்கள்

1. ஒரு வணிகத்தின் கலாச்சாரம்
2. உற்பத்தித்திறன் கலாச்சாரம்
3. மொத்த தர கலாச்சாரம்
4. அமைப்பின் கலாச்சாரம்

குறிப்பு

1. ஒரு வணிகத்தின் கலாச்சாரம்

வணிகக் அனுபவ கலாச்சாரம் என்பது வணிகக் குழுவின் உறுப்பினர்கள் ஒருவருக்கொருவர் மற்றும் பிற வணிகக் குழுக்களுடன் இணக்கமாக இருப்பதற்காக அவர்களின் நடத்தையை ஒழுங்குபடுத்தும் விதமாகும். வணிக கலாச்சாரம் என்பது எந்தவொரு நிறுவனத்திற்குள்ளும் தனிநபர்கள் மற்றும் குழுக்களின் நடத்தையை ஒழுங்குபடுத்தும் விதிமுறைகள், நம்பிக்கை மற்றும் மதிப்புகளின் மொத்தமாகும்.

வணிக நெறிமுறைகள் ஒரு வணிகத்தின் செயல்பாடுகளைச் செய்யும் மக்களின் சரி அல்லது தவறு, நன்மை அல்லது கெட்டது குறித்து அக்கறை கொண்டுள்ளன. நெறிமுறைகள் ஒரு குறிப்பிட்ட நடவடிக்கையின் சரியான தன்மையை தீர்மானிப்பதற்கான அடிப்படையை வழங்க வேண்டும், மேலும் செயல்களின் சரியான தன்மை மற்றும் தகுதிகளை தீர்மானிப்பதற்கான ஒரு குறிப்பிட்ட அளவுகோல் உள்ளது.

இந்தியா போன்ற ஒரு நாட்டில், மிகவும் பன்முகத்தன்மை கொண்ட சமூகம் இருக்கும், சமூகத்தின் ஒரு பிரிவுக்கு ஏற்றுக்கொள்ளக்கூடியது மற்றொரு சமூக பிரிவுக்கு ஏற்றுக்கொள்ளப்படாமல் போகலாம்.

2. உற்பத்தித்திறன் கலாச்சாரம்

உற்பத்தித்திறனை மேம்படுத்துவது என்பது விஷயங்களை சிறப்பாகச் செய்வதன் மூலம் அல்ல, ஆனால் அது சரியான விஷயங்களைச் சிறப்பாகச் செய்வதாகும். மனித ஆற்றலை சரியாகப் பயன்படுத்தப்படாவிட்டால் உற்பத்தித்திறன் குறைகிறது மற்றும் பல வளரும் நாடுகளில் மனித மூளை சலவை ஆனது மனிதவளத்தின் இந்த உகந்த பயன்பாடு முக்கிய காரணம்.

ஒன்றுபட்டு வேலை செய்யும் ஊழியர்களின் அணுகுமுறையே உற்பத்தித் திறனுக்கான திறவுகோல். நிறுவனங்கள் ஊழியர்களின் துடிப்பை உணரவும், கருத்துகளைப் பெறவும், சரியான நேரத்தில் சரியான நடவடிக்கைகளைத் தொடங்கவும், அவ்வப்போது கருத்துக் கணிப்புகளை நடத்தவும் வேண்டும்.

குறிப்பு

3. மொத்த தர கலாச்சாரம் (Total Quality Culture)

மொத்த தர கலாச்சாரம் என்பது ஒரு நிறுவனத்திற்குள் தனிநபர்கள் மற்றும் குழுக்களின் நடத்தையை ஒழுங்குபடுத்தும் விதிமுறைகள், நம்பிக்கை மற்றும் மதிப்புகளின் மொத்தமாகும். TQC என்பது மொத்த தரம், வாடிக்கையாளர் பராமரிப்பு மற்றும் ஊழியர்களின் திருப்தியை அடைவதில் நிறுவனத்தில் உள்ள அனைத்து முயற்சிகளின் ஒருங்கிணைப்பாகும்.

4. அமைப்பின் கலாச்சாரம்

கலாச்சாரம் நிறுவனத்தை ஒரு கூட்டு அலையாக செயல்பட உதவுகிறது. கலாச்சாரம் என்பது மக்களின் நடத்தையை பெரிதும் பாதிக்கும் வலுவான விதிமுறைகள் மற்றும் மதிப்புகளைக் கொண்டுள்ளது, அவர்கள் எவ்வாறு ஒன்றிணைந்து செயல்படுகிறார்கள் மற்றும் அமைப்பின் குறிக்கோள்களைப் பின்பற்றுகிறார்கள். மதிப்புகள் என்பது நிறுவனத்தின், கலாச்சாரத்தின் பின்னால் இருக்கும் நம்பிக்கைகள் மற்றும் நெறிமுறைக் கொள்கைகள் போன்றவற்றை குறிக்கும்.

6.2.3 தொழில்முனைவோரின் அனுபவ கலாச்சாரத்தை மாற்றுவதற்கான படிகள்

தொழில்முனைவோர் கலாச்சாரத்தை மாற்றுவதற்கு ஒரு நேர்மையான மனநிலையுள்ள நடவடிக்கை தேவை, அது தலைமையில் ஒரு சிறந்த முன்மாதிரியை அமைக்கும். கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ள பத்து அடிப்படைகள் ஒரு தொழில்முனைவோருக்கு மாற்றத்தை ஏற்படுத்தும் கலாச்சாரத்தை உருவாக்க உதவும்.

1. மேலே தொடங்குங்கள். நிறுவனத்தை வழிநடத்துங்கள்.
2. புதுமை கலாச்சாரத்துடன் இணைந்திருங்கள்.
3. மறைக்கப்பட்ட தடைகளை அகற்றவும்.
4. ஒருங்கிணைந்த நிறுவன கலாச்சாரத்தை உருவாக்குங்கள்.
5. சந்தைப்படுத்தும் கலாச்சாரத்தை உருவாக்குங்கள்.

குறிப்பு

6. கேட்கும் சூழலை உருவாக்குங்கள்.
7. போட்டியிடும் தொழில்நுட்பங்களை மாற்றி மக்களை ஈடுபடுத்துங்கள்.
8. தயாரிப்பு மற்றும் கண்டுபிடிப்புகள் போன்றவை உங்களை முட்டாளாக்க விடாதீர்கள்.
9. நெகிழ்வான மற்றும் பல்வகைப்படுத்தல் மற்றும் புதிய யோசனைகளுக்கு கைகொடுங்கள்.
10. கலாச்சாரங்களை மாற்ற எப்போதும் தயாராக இருங்கள்.

6.3 தொழில்முனைவோர் சமூகம்

தொழில்முனைவு என்பது தொடக்க நிறுவனங்கள் மற்றும் தொழில்முனைவோரின் அணுகுமுறையாகும், அதில் அவர்கள் சமூக, கலாச்சார அல்லது சுற்றுச்சூழல் பிரச்சினைகளுக்கான தீர்வுகளை உருவாக்கி, நிதியளித்து செயல்படுத்துகின்றனர். இந்த கருத்து பரந்த அளவிலான நிறுவனங்களுக்கு பயன்படுத்தப்படலாம், அவை அளவு, நோக்கங்கள் மற்றும் நம்பிக்கைகளில் வேறுபடுகின்றன. இலாப நோக்கற்ற தொழில்முனைவோர் பொதுவாக லாபம், வருவாய் மற்றும் பங்கு விலைகளின் அதிகரிப்பு போன்ற வணிக அளவீடுகளைப் பயன்படுத்தி செயல்திறனை அளவிடுகிறார்கள். எவ்வாறாயினும், சமூக தொழில்முனைவோர் இலாப நோக்கற்றவர்கள், அல்லது அவர்கள் இலாப நோக்கங்களுக்கான இலக்குகளை ஒரு ‘சமூகத்திற்கு திரும்ப செலுத்துதலை” உருவாக்குவதன் மூலம் வேறுபடுகின்றனர். எனவே, அவர்கள் வெவ்வேறு அளவீடுகளைப் பயன்படுத்த வேண்டும். சமூக தொழில்முனைவு பொதுவாக வறுமை ஒழிப்பு, சுகாதாரப் பாதுகாப்பு மற்றும் சமூக மேம்பாடு போன்ற பகுதிகளில் தன்னார்வத் துறையுடன் தொடர்புடைய சமூக, கலாச்சார மற்றும் சுற்றுச்சூழல் இலக்குகளை மேலும் விரிவுபடுத்த முயற்சிக்கிறது.

சில நேரங்களில், இலாபம் ஈட்டும் சமூக நிறுவனங்கள் அமைப்பின் சமூக அல்லது கலாச்சார இலக்குகளை ஆதரிப்பதற்காக நிறுவப்படலாம், ஆனால் அதன் முடிவல்ல. எடுத்துக்காட்டாக, வீடற்றவர்களுக்கு வீட்டுவசதி மற்றும் வேலைவாய்ப்பை வழங்குவதை

நோக்கமாகக் கொண்ட ஒரு அமைப்பு ஒரு உணவகத்தை இயக்கலாம், இது பணம் திரட்டுவதற்கும் வீடற்றவர்களுக்கு வேலை வழங்குவதற்கும் ஆதரவளிக்கும்.

குறிப்பு

6.4 மகளிர் தொழில்முனைவு

உலக மக்கள் தொகையில் ஐம்பது சதவீதம் பெண்கள். உலகின் மூன்றில் இரண்டு பங்கு வேலைகளை அவர்கள் செய்கிறார்கள். உலக வருமானத்தில் பத்து சதவீதத்தை அவர்கள் பெறுகிறார்கள். உலக சொத்துக்களில் ஒரு சதவீதத்திற்கும் குறைவாகவே அவர்கள் வைத்திருக்கிறார்கள். மகளிர் தங்கள் செயல்பாடுகளை கல்வி, செவிலியர் பணி, மருத்துவம் மற்றும் அலுவலக வேலை போன்ற தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட தொழில்களில் மட்டுமே ஈடுபடுகின்றனர்.

சமூகத்தின் தவறான எண்ணங்களுக்கும் பாகுபாட்டிற்கும் மகளிர் பலியாகியுள்ளனர். மகளிர் பொதுவாக பலவீனமான, செயலற்ற, சார்புடைய மற்றும் மக்களால் கட்டுப்படுத்தப்பட்ட வீட்டு விவகாரங்களாக கருதப்படுகிறார்கள். மிகச் சில பெண்களுக்கு வேலைக்குச் செல்லும் வாய்ப்பு கிடைக்கிறது. ஆண் ஆதிக்கம் செலுத்தும் சமூகத்தில் மகளிர் சம பங்காளிகளாக கருதப்படுவதில்லை.

தற்போதைய நவீன சமுதாயத்தில், அவர்கள் நான்கு சுவர்களில் இருந்து வெளியே வந்து ஆண்களுடன் வெற்றிகரமாக போட்டியிடும் அனைத்து வகையான நடவடிக்கைகளிலும் பங்கேற்கிறார்கள். பெண்களின் கல்வி, சமூக மற்றும் தொழில் இயக்கம், சட்டப் பாதுகாப்புகள், தொழில்மயமாக்கல் மற்றும் நகரமயமாக்கல் ஆகியவற்றின் அதிகரிப்பு காரணமாக இது சாத்தியமானது. கல்வி, நிர்வாகம், அரசியல், விளையாட்டு, மருத்துவம், வானூர்திக் கலை, வர்த்தகம் மற்றும் தொழில்கள் மற்றும் சமூகப் பணிகள் போன்ற பல்வேறு துறைகளில் மகளிர் மிகச் சிறப்பாக செயல்பட்டு வருகிறார்கள் என்பது உலகளவில் நிருபிக்கப்பட்டுள்ளது. இந்தியா உலகின் மிகப்பெரிய ஜனநாயகம் ஆகும், அதை வழிநடத்திய திருமதி. இந்திரா

காந்தி போன்ற திறன் படைத்த பெண்களின் தன்மைக்கு ஒரு பெரிய எடுத்துக்காட்டாகும்.

குறிப்பு

6.4.1 மகளிர் தொழில்முனைவின் கோட்பாடு

ஒரு வணிக நிறுவனத்தை ஆரம்பித்தல், ஒழுங்கமைத்தல் மற்றும் வழிநடத்துதல் என மகளிர் அல்லது மகளிர் குழு தொழில்முனைவோர்(கள்) வரையறுக்கப்படுகிறார்கள். இந்திய அரசு, மகளிர் தொழில்முனைவோரை "ஒரு மகளிர்க்கு சொந்தமான மற்றும் கட்டுப்பாட்டில், செயல்படும் ஒரு நிறுவனத்தில், மொத்த மூலதனத்தில் 51% குறைந்தபட்ச நிதி வட்டி கொண்ட மூலதனத்தின் பெண்களின் பங்கு மற்றும் 51% பங்கு வேலைவாய்ப்பை பெண்களுக்கு முன்னுரிமை அளிக்க வேண்டும்" என்று வரையறை செய்துள்ளது.

ஷும்பீட்டரின் கூற்றுப்படி, ஒரு தொழில்முனைவோர் ஒரு புதுமையான தனிநபர், அவர் பொருளாதாரத்தில் புதிதாக ஒன்றை அறிமுகப்படுத்துகிறார்.

6.4.2 மகளிர் தொழில்முனைவோரின் செயல்பாடுகள் மற்றும் பங்கு

ஒரு நிறுவனத்தை நிறுவுவதற்கு மகளிர் தொழில்முனைவோர் அனைத்து செயல்பாடுகளையும் செய்ய வேண்டும். மகளிர் தொழில்முனைவோர் என்பவர் ஒரு வணிக நிறுவனத்தின் யோசனையை கருத்தில் கொண்டு, அதைத் தொடங்குவது, உற்பத்தியின் அனைத்து காரணிகளையும் ஒழுங்கமைத்தல், வணிகத்தை இயக்குதல், அபாயங்களை ஏற்றுக்கொள்வது மற்றும் வணிகத்தில் ஈடுபடும் பொருளாதார நிச்சயமற்ற தன்மையை நிர்வகித்தல் போன்ற செயல்களில் ஈடுபடுகிறார்.

பின்வரும் செயல்பாடுகளை ஃபிரடெரிக் ஹார்பிஷன் வழங்கியுள்ளார்.

1. புதிய தொழிலைத் தொடங்குவதற்கான வாய்ப்புகள் பற்றிய ஆய்வு.
2. அபாயங்களை எதிர்கொள்வது மற்றும் பொருளாதார நிச்சயமற்ற தன்மைகளை நிர்வகித்தல்

குறிப்பு

3. எந்தவித தயக்கமும் இல்லாமல் புதுமைகளை அறிமுகப்படுத்தும் தன்மை.
4. ஒருங்கிணைப்பு நிர்வாகம் மற்றும் கட்டுப்பாடு.
5. வழக்கமான அலுவலக மேற்பார்வை.

மகளிர் தொழில்முனைவோரின் முக்கிய செயல்பாடுகளை மூன்று தலைகளின் கீழ் வகைப்படுத்தலாம்:

1. ஆபத்தைத் தாங்குதல்
2. அமைப்பு
3. புதுமை புனைதல்

6.4.3 மகளிர் தொழில்முனைவோரை பாதிக்கும் காரணிகள்

இந்தியாவில் மகளிர் தொழில்முனைவோரை பாதிக்கும் இரண்டு காரணிகள் உள்ளன.

1. இழுக்கும் காரணிகள் (Pull Factors)
2. தள்ளும் காரணிகள் (Push Factors)

1. காரணிகளை இழுத்தல்

இழுக்கும் காரணிகள் பெண்களை தொழில்முனைவோராக மாற்ற ஊக்குவிக்கின்றன. மகளிர் வாழ்க்கையில் புதிதாக ஏதாவது செய்ய விரும்புகிறார்கள். சுதந்திரத்தின் தேவை, நிதி கிடைப்பது, சலுகைகள் மற்றும் மானியங்கள் ஆகியவை மற்ற முக்கிய காரணிகளாகும்.

2. தள்ளும் காரணிகள்

தள்ளும் காரணிகள் ஒரு தொழிலை மேற்கொள்ள பெண்களை கட்டாயப்படுத்துகின்றன. கணவன் அல்லது தந்தையின் மரணம், நிதி சிக்கல்கள், குடும்பத்தில் பொறுப்பு போன்ற துரதிர்ஷ்டவசமான குடும்ப சூழ்நிலைகள் மிகுந்த காரணிகள்.

6.4.4. மகளிர் தொழில்முனைவோரின் தன்மைகள்

பொதுவாக, மகளிர் தங்களுடைய வேலை சம்பந்தப்பட்ட அனைத்து செயல்பாடுகளையும் செய்ய சில சிறந்த திறன்களையும்

குணங்களையும் கொண்டிருக்கிறார்கள். மகளிர் தொழில்முனைவோருக்கு பின்வரும் குணங்கள் உள்ளன.

குறிப்பு

அ. கடின உழைப்பு

ஆ. நோயாளி

இ. சவால்களை ஏற்றுக்கொள்ளுதல்

ஈ. லட்சியம்

உ. படித்தவர்

ஊ. உற்சாகம்

எ. புதிய யோசனைகளைக் கற்றுக்கொள்ள ஆர்வமாக உள்ளவர்

ஏ. செயலூக்கம்

ஐ. விடாமுயற்சி

ஒ. நம்பிக்கை

ஓ. புத்திசாலித்தனம்

ஔ. துரித இயக்கம்

6.4.5 மகளிர் தொழில்முனைவோரின் வளர்ச்சி

இப்போது மகளிர் தொழில் துறையில் நுழைகிறார்கள், ஆனால் கூட்டு குடும்ப அமைப்பில் முறிவு மற்றும் வாழ்க்கைத் தரத்தை பராமரிக்க கூடுதலான வருமானம் தேவையாக உள்ளது. 1977ஆம் ஆண்டில் அமெரிக்க மக்கள்தொகை கணக்கெடுப்பு 7,02,000 வர்த்தகம் பெண்களுக்கு மட்டுமே சொந்தமானது என்று அறிவித்தது. இது அமெரிக்காவின் மொத்த வணிக நிறுவனங்களில் 7.1% மட்டுமே. தற்போது இது விரைவான விகிதத்தில் அதிகரித்து வருகிறது. சலவை நிலையங்கள், உலர் துப்பரவு, தனியார் நர்சரிகள், ஹோட்டல், துணி ஆலைகள், கட்டுமான நிறுவனங்கள், அழகு நிலையங்கள் மற்றும் பிற வணிகங்களில் அதிக எண்ணிக்கையிலான மகளிர் காணப்படுகிறார்கள்.

முந்தைய நாட்களில் இந்திய மகளிர் விவசாயம், கைவினைப்பொருட்கள், கைத்தறிகள் மற்றும் குடிசை சார்ந்த தொழில்கள் போன்ற அமைப்புசாரா துறைகளில் ஈடுபட்டிருந்தனர்.

இந்தியாவில், மொத்த தொழில்முனைவோரில் மகளிர் தொழில்முனைவோரின் சதவீதம் மிகக் குறைவு. சமூக, உளவியல்

மற்றும் பொருளாதாரத் தடை, இந்தியாவில் மகளிர் தொழில்முனைவோரின் வளர்ச்சியைத் தடுக்கிறது. கல்வியின் பரவல் மற்றும் மகளிர் மத்தியில் வளர்ந்து வரும் விழிப்புணர்வு காரணமாக, பல்வேறு அரசு நிறுவனங்கள் மற்றும் மஹிலா மண்டல் போன்ற தன்னார்வ அமைப்புகள் நாட்டில் மகளிர் தொழில்முனைவோரின் வளர்ச்சியை துரிதப்படுத்தியுள்ளன.

டெல்லி மற்றும் சுற்றியுள்ள பிற பகுதிகளில் உள்ள வணிகப் பெண்களின் சமீபத்திய கணக்கெடுப்பின்படி, 40 சதவீத மகளிர் தொழில்முனைவோர் பொறியியல், மின்னணுவியல், ஆலோசனை போன்றவற்றில் நுழைந்துள்ளனர். கேரள மாநிலத்தில், மகளிர் மத்தியில் கல்வியறிவு விகிதம் மிக அதிகமாக உள்ளது, அவர்கள் தங்களுடைய கணவர்களிடமிருந்து வலுவான ஆதரவு மற்றும் ஊக்கத்துடன் மகளிர் தொழில்முனைவோராக ஊறுகாய், மசாலா தூள் போன்ற பாரம்பரிய வர்த்தகத்திற்குள் நுழைந்துள்ளனர் என்பது ஒரு சிறந்த உதாரணம்.

இந்திய அரசு மகளிர் தொழில்முனைவோருக்கு பின்வரும் அமைப்புகளின் மூலம் பயிற்சி அளிக்கிறது.

1. புது தில்லி, தொழில்முனைவோர் மற்றும் சிறு வணிக மேம்பாட்டு நிறுவனம் (NIESBUD) ஒரு முதன்மை அமைப்பு. இது பயிற்சி அளிக்கிறது மற்றும் தொழில்முனைவோர் ஆராய்ச்சியை நடத்துகிறது.
2. ஒருங்கிணைந்த ஊரக வளர்ச்சித் திட்டம் (IRDP)
3. படித்த வேலையற்ற இளைஞர்களுக்கான சுய வேலைவாய்ப்பு திட்டம் (SEEUY)

இந்தியாவில், ஏழாவது ஐந்தாண்டு திட்டத்தின் போது, "வளர்ச்சியில் பெண்களை ஒருங்கிணைத்தல்" குறித்த சிறப்பு அத்தியாயம் சேர்க்கப்பட்டுள்ளது. அத்தியாயம் பின்வருவனவற்றை பரிந்துரைத்தது:

அ. அனைத்து வளர்ச்சித் திட்டங்களிலும் பெண்களை குறிப்பிட்ட இலக்கு குழுக்களாகக் கருதுவது.

குறிப்பு

ஆ. பெண்களின் மாறுபட்ட தேவைகளுக்கும் திறன்களுக்கும் ஏற்ப தொழில் பயிற்சி வசதிகளை வகுத்தல் மற்றும் பன்முகப்படுத்துதல்.

இ. மகளிர் தொழில்முனைவோரின் தயாரிப்புகளை விற்பனை செய்வதற்கான உதவிகளை வழங்குதல்.

ஈ. முடிவெடுக்கும் பணியில் பெண்களை ஈடுபடுத்துதல்.

எட்டாவது ஐந்தாண்டு திட்டத்தின் போது, பல்வேறு துறைகளின் கீழ் பெண்களுக்கு வேலைவாய்ப்பு மற்றும் வருமானம் ஈட்டும் நடவடிக்கைகளை அதிகரிக்க முயற்சிகள் மேற்கொள்ளப்பட்டன.

கிராமப்புற பெண்களில் 89.5 சதவீதம் பேர் விவசாயத்தில் ஈடுபட்டுள்ளனர், அதற்கான சிறப்புத் திட்டம் வருமாறு:

அ. வேளாண்மையில் சிறு மற்றும் குறு நிலங்களை வைத்திருக்கும் மகளிர் விவசாயிகளுக்கும், அதனுடன் தொடர்புடைய திட்டங்களான கால்நடை வளர்ப்பு, தோட்டக்கலை, பால் உற்பத்தி, மீன்வளம், தேனீ வளர்ப்பு போன்றவற்றைப் பயிற்றுவிப்பதற்காக 1993ஆம் ஆண்டில் 'விவசாயத்தில் பெண்கள்' தொடங்கப்பட்டது.

ஆ. வேளாண் சார்ந்த தொழில்களில் பெண்களுக்கு உதவுவதற்காக அரசாங்கத்தின் முழு நிதியுதவியுடன் மகளிர் கூட்டுறவு அமைக்கப்பட்டது.

இ. காதி மற்றும் கிராம தொழில்கள் கழகம் (KVIC) பெண்களுக்கு அதிக வேலை வாய்ப்புகளை உருவாக்க பல்வேறு நடவடிக்கைகளை எடுத்தது. கே.வி.ஐ.சியின் மொத்த பணியாளர்களில் கிட்டத்தட்ட 46.5 சதவீதம் மகளிர் உள்ளனர்.

ஈ. தொழில்முனைவோர் திறன்களை வளர்ப்பதில் பெண்களுக்கு உதவும் பல்வேறு திட்டங்கள் தொடங்கப்பட்டன. பிரதமர் ரோஜர் யோஜனா (PMRY) மற்றும் தொழில் முனைவோர் மேம்பாட்டு திட்டங்கள் (EDPS) போன்றவை.

உ. ஒருங்கிணைந்த ஊரக வளர்ச்சித் திட்டம் (IRDP), ஜவஹர் ரோஜ்கர், மற்றும் கிராமப்புற இளைஞர்களுக்கு சுய வேலைவாய்ப்புக்கான பயிற்சி

(TRYSEM), கிராமப்புறங்களில் மகளிர் மற்றும் குழந்தைகளின் மேம்பாடு (DWCRA) ஆகியவை வறுமையைப் போக்கத் தொடங்கப்பட்டன. JRY மாற்றியமைக்கப்பட்டது மற்றும் ஒரு புதிய திட்டம் ஜவகர் கிராம சம்ரிதி யோஜ்னா தொடங்கப்பட்டது.

குறிப்பு

சமீபத்தில், தமிழ்நாட்டில், சென்னை அருகே அம்பத்தூரில் 'திருமுலைவாயில் மகளிர் தொழில்துறை பூங்கா' என்ற மகளிர் தொழில்துறை பூங்காவை அமைக்க அரசு முயற்சி செய்துள்ளது. 218 ஏக்கர் நிலப்பரப்பில் இந்த பூங்காவை அமைக்க உத்தேசிக்கப்பட்டுள்ளது. வளர்ந்த இடங்கள் மற்றும் தொழில்துறை பட்டறைகள் சிட்கோ மூலம் மகளிர் தொழில்முனைவோருக்கு ஒதுக்கப்படும்.

தமிழ்நாட்டில், 2001-02ஆம் ஆண்டில் ஒரு லட்சம் பெண்களுக்கு தொழில்முனைவோர் பயிற்சி அளிக்கப்பட்டது, மேலும் 2002-03ஆம் ஆண்டில் 1.25 லட்சம் பெண்களுக்கு பயிற்சி அளிக்க முன்மொழியப்பட்டது.

மகளிர் கல்வியின் வளர்ச்சி வேளாண்மை அல்லாத தொழில்களில் அவர்களின் பங்களிப்பை அதிகரிக்கிறது. பொருளாதார-சமூக மற்றும் அரசியல் என பல்வேறு துறைகளில் சவால்களை எதிர்கொள்ளவும் பொறுப்புகளை ஏற்கவும் மகளிர் படிப்படியாக முன்வருகின்றனர்.

6.4.6 மகளிர் தொழில்முனைவோரின் சிக்கல்கள்

மகளிர் தொழில்முனைவோரின் அடிப்படை பிரச்சினை ஒரு பெண்ணாக இருப்பதுதான். வளரும் பல நாடுகளில் திருமணம் என்பது மட்டுமே பெண்களுக்கான ஒரே வாழ்க்கையாக கருதப்படுகிறது.

1. நிதிப் பற்றாக்குறை

மகளிர் தொழில்முனைவோர் போதிய நிதி ஆதாரங்கள் மற்றும் பணி மூலதனத்தால் பாதிக்கப்படுகின்றனர். வங்கியாளர்களால் கோரப்பட்ட உறுதியான பத்திரங்களை அவர்கள் வழங்காததால் அவர்களால் வங்கிகளிடமிருந்து நிதி பெற முடியவில்லை. மகளிர்

தொழில்முனைவை மூடிவிட்டு மீண்டும் வீட்டுத் தயாரிப்பாளர்களாக மாறுவார்கள் என்று நம்பி வங்கிகள் கடனை அனுமதிக்கவில்லை.

குறிப்பு

2. சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் விற்பனைக்கு திறமையற்ற ஏற்பாடுகள்

மகளிர் தொழில்முனைவோர் ஒரு பெரிய லாபத்தை ஈட்டும் இடைத்தரகர்களின் பிடியில் உள்ளனர். மகளிர் தொழில்முனைவோர் மட்டுமே தங்கள் தயாரிப்புகளுக்கான சந்தையை கண்டுபிடிக்க இயலாது, மேலும் ஆண் இடைத்தரகர்களின் ஈடுபாடு இல்லாமல் அவர்கள் தயாரிப்புகளை பிரபலமாக்க முடியவில்லை.

3. மூலப்பொருட்களின் பற்றாக்குறை

மூலப்பொருட்களை தேடுவதில் சிக்கல்கள் மற்றும் அதன் விலைகள் மிகவும் அதிகமாக இருப்பதால் மகளிர் தொழில்முனைவோர் உற்பத்தி அதிகஅளவு செய்ய முடியவில்லை.

4. போட்டி

மகளிர் தொழில்முனைவோருக்கு நிறுவன அமைப்பு இல்லை, மேலும் அவர்கள் வாடிக்கையாளர்கள் திரட்டுதல் சிக்கல்கள் மற்றும் விளம்பரத்திற்காக அதிக பணம் செலவிட வேண்டியள்ளது. அவர்கள் ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட துறையினரிடமிருந்தும் கடுமையான போட்டியை எதிர்கொள்ள வேண்டும் மற்றும் மகளிர் தொழில்முனைவோர் தங்கள் தயாரிப்புகளை விற்பனை செய்ய வைக்க வேண்டும்.

5. வரையறுக்கப்பட்ட வளர்ச்சி

இந்தியாவில் பெண் தொழில்முனைவோர்களின் வளர்ச்சி ஆண்களின் தவறான அணுகுமுறையால் வளர்ச்சி மிகவும் குறைவாகவே உள்ளது. இதனால் பெண்களை வெளியில் அனுப்புவது குறைவாக இருப்பதால், இவர்களின் வளர்ச்சி வரையறுக்கப்பட்டதாக இருக்கிறது.

குறிப்பு

6. குடும்ப உறவுகள்

இந்தியப் பெண்களின் முக்கிய கடமை அவர்களின் குடும்ப உறுப்பினர்களைக் கவனிப்பதாகும். இது தொழில்துறை வணிகத்திற்காக ஒதுக்க வேண்டிய நேரத்தின் சக்தியை சிறிது குறைக்கிறது.

7. கல்வி இல்லாமை

இந்தியாவில் 50%-க்கும் அதிகமான மகளிர் இன்னும் கல்வியறிவற்றவர்கள். தரமான கல்வியின் பற்றாக்குறை, வணிக தொழில்நுட்பத்தின் விழிப்புணர்வுக்கு வழிவகுக்கிறது, சந்தை பற்றிய அறிவு மற்றும் குறைந்த சாதனை ஊக்கத்தை ஏற்படுத்துகிறது.

8. ஆண் ஆதிக்க சமூகம்

இந்திய அரசியலமைப்பு ஆண், பெண்களுக்கிடையில் சமத்துவத்தைப் பற்றி பேசுகிறது என்றாலும், நடைமுறையில் மகளிர் ஆண்களுக்கு அடுத்ததாகவே நடத்தப்படுகிறார்கள். இந்த ஆண் ஆதிக்கம் மகளிர் வணிகத்தில் நுழைவதற்கு ஒரு தடையாக செயல்படுகிறது.

9. குறைந்த ஆபத்து - தாங்கும் திறன்

அபாயத்தைத் தாங்குவது வெற்றிகரமான தொழில்முனைவோரின் இன்றியமையாத தேவையாகும். இந்தியப் பெண்களில் பெரும்பாலோர் குறைவாக படித்தவர்கள் மற்றும் பொருளாதார ரீதியாக சுதந்திரமானவர்கள் அல்ல. இது வணிகத்தை நடத்துவதில் ஏற்படும் ஆபத்தைத் தாங்கும் பலம் பெண்களுக்கிடையே உள்ள திறனைக் குறைக்கிறது.

6.4.7 மகளிர் தொழில்முனைவோரின் பிரச்சினைகளைத் தீர்ப்பதற்கான தீர்வுகள்

இன்று மகளிர் மத்தியில் அதிக விழிப்புணர்வு உள்ளது. அவர்களின் ஆளுமையை வலுப்படுத்த பெண்களுக்கு கல்வி கற்பது முற்றிலும் அவசியம். மகளிர் தொழில்முனைவோரின் இயக்கத்தை

வெற்றிபெறச் செய்ய, அரசு மற்றும் அரசு சாரா நிறுவனங்கள் பின்வரும் முறைகளில் முக்கிய பங்கு வகிக்க வேண்டும்.

குறிப்பு

அ. தொழில்துறை வளாகத்தில் மகளிர் தொழில்முனைவோருக்கான ஒதுக்கீட்டில் முன்னுரிமைகள்.

ஆ. அலைபேசிப் பயிற்சி மையங்கள் உள்ளிட்ட பெண்களுக்கு போதுமான பயிற்சி திட்டங்கள்.

இ. அரசாங்கத்தின் கொள்முதல் கொள்கையில் தங்கள் தயாரிப்புகளுக்கு முக்கியத்துவம் கொடுப்பதன் மூலம் சந்தைப்படுத்துதலுக்கான உதவியை அரசாங்கம் வழங்க முடியும்.

ஈ. பொறியியல், மருத்துவ மற்றும் வேளாண் கல்விகளில் பெண்களை சேர்ப்பதற்கு அரசாங்கம் சில இட ஒதுக்கீடுகளை வழங்கக்கூடும்.

உ. பெரும்பான்மையான மகளிர் தொழில்முனைவோர் குறைந்த தொழில்நுட்பக் கல்வி கொண்ட நடுத்தர குடும்பத்தைச் சேர்ந்தவர்கள், ஆனால் தொழில்முனைவோராக மாற விரும்புகிறார்கள். அவர்களின் திறனை அடையாளம் கண்டு பயிற்சி அளிக்க வேண்டும்.

6.4.8 கிராமப்புற மகளிர் தொழில்முனைவு

ஒரு கிராமப்புற மகளிர் தொழில்முனைவோர் கிராமப்புறங்களில் ஒரு நிறுவனத்தை ஒழுங்கமைக்கவும் நடத்தவும் ஒரு குழுவை உருவாக்குகின்றனர். கிராமப்புற மகளிர் தொழில்முனைவோர் பின்வரும் வகைகளாக வகைப்படுத்தப்பட்டுள்ளனர்.

1. பொருளாதார தேவைகள் காரணமாக தொழில்முனைவோராக மாறும் மகளிர்.
2. தங்களுக்கும் தங்கள் குடும்பங்களுக்கும் கூடுதல் பணம் பெற விரும்பும் மகளிர்.
3. தங்கள் ஓய்வு நேர செயல்பாட்டைப் பயன்படுத்த விரும்பும் மகளிர்.
4. தங்கள் வாழ்க்கையில் ஏதாவது சாதிக்க விரும்பும் மகளிர்.

5. உத்தியோகம் சார்ந்த ஆலோசனை மற்றும் வழிகாட்டும் தொழில்முனைவோர்.

குறிப்பு

அனுபவம் மற்றும் பயிற்சியின்மை, குறைவான தகவல், கல்வியறிவின்மை மற்றும் பாதுகாப்பற்ற உணர்வு போன்ற காரணங்களால் மகளிர் தொழில்முனைவோர் பல சிக்கல்களையும் தடைகளையும் எதிர்கொள்கின்றனர்.

6.5 கிராமப்புற தொழில்முனைவு

இந்திய மக்கட்தொகையில் சுமார் 65 சதவீதம் பேர் கிராமங்களில் வாழ்கின்றனர், விவசாயம் அவர்களின் முதன்மைத் தொழிலாகும். தொழில்கள் மற்றும் பிரத்தியேகமாக நகர்ப்புறங்களில் அமைந்துள்ளது. கிராமப்புற மற்றும் நகர்ப்புறங்களுக்கு இடையிலான பொருளாதார நடவடிக்கைகளின் பிரிவு சீரற்ற வளர்ச்சிக்கு வழிவகுக்கிறது. கிராமப்புறங்கள் பொதுவாக வறுமை மற்றும் பின்தங்கிய தன்மையால் குறிக்கப்படுகின்றன. இத்தகைய சூழ்நிலையில், கிராமப்புற தொழில்மயமாக்கல் கிராமப்புற வளர்ச்சியின் செயல்முறையை துரிதப்படுத்துவதற்கான ஒரு சிறந்த வழிமுறையாகக் கருதப்படுகிறது. கிராமப்புற தொழில்மயமாக்கல் என்பது கிராமப்புறங்களில் தொழில்துறையை நிறுவி தொழில்முனைவோர் முன்னுதாரணமாக இருத்தல் வேண்டும்.

எனவே கிராமப்புற தொழில்முனைவோரின் தேவை என்பது கிராமப்புறங்களில் தொழில்துறை நிறுவனங்களை நிறுவுதல், கிராமப்புற தொழில்மயமாக்கல் ஆகும்.

6.5.1 கிராமப்புற தொழில்முனைவோர் பற்றிய கருத்து

காதி மற்றும் கிராம கைத்தொழில் ஆணையத்தின் (KVIC) கருத்துப்படி, 'கிராமத் தொழில் அல்லது கிராமப்புறத் தொழில் என்பது கிராமப்புறங்களில் உள்ள எந்தவொரு தொழிற்துறையும் 10,000-க்கும் அதிகமில்லாமலோ அல்லது எந்தவொரு சேவையையும் அதிகாரத்தைப் பயன்படுத்தியோ அல்லது பயன்படுத்தாமலோ, எந்தவொரு பொருளையும்

குறிப்பு

உற்பத்தி செய்யும் தொழிலைக் குறிக்கிறது. இதில் ஒரு கைவினைஞரின் அல்லது ஒரு படைப்பின் தலைமைக்கு நிலையான மூலதன முதலீடாக ஆயிரம் ரூபாய்க்கு மேல் இல்லை.

இந்திய அரசு சமீபத்தில் கிராமத் தொழிலின் வரையறையை மாற்றியமைத்தது. மாற்றியமைக்கப்பட்ட வரையறையின்படி, கிராமப்புறம், கிராமம் அல்லது நகரத்தில் 20,000 மற்றும் அதற்கும் குறைவான மக்கள்தொகை கொண்ட கிராமத் தொழில் மற்றும் திட்டங்கள் மற்றும் இயந்திரங்களில் ரூ. 3 கோடி வரை முதலீடு கிராமத் தொழிலாக வகைப்படுத்தப்பட்டுள்ளது. அதன்படி 41 புதிய கிராமத் தொழில்கள் சேர்க்கப்பட்டுள்ளன, மொத்தம் 70 தொழில்களாக இருந்தவை, தற்போது 101 தொழில்களாக உயர்ந்துள்ளன.

கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளபடி கிராமத் தொழில்கள் ஏழு முக்கிய வகைகளாக தொகுக்கப்பட்டுள்ளன:

1. கனிம அடிப்படையிலான தொழில்
2. வன அடிப்படையிலான தொழில்
3. வேளாண் சார்ந்த தொழில்
4. வேதியியல் சேர்மம் மற்றும் இரசாயன அடிப்படையிலான தொழில்
5. பொறியியல் மற்றும் மரபுசாரா தொழில்
6. ஜவுளித் தொழில் (காதி உட்பட)
7. சேவைத் தொழில்கள்.

6.5.2 கிராமப்புற தொழில்முனைவோரின் தேவை

கீழே பட்டியலிடப்பட்டுள்ள பல்வேறு காரணங்களுக்காக கிராமப்புற தொழில்முனைவு அவசியம் என்று உணரப்படுகிறது:

1. கிராமப்புற தொழில்கள் உழைப்பு மிகுந்தவை மற்றும் வேலைவாய்ப்பை உருவாக்குவதில் அதிக திறன் கொண்டவை. இதனால், கிராமப்புறங்களில் நிலவும் மறைமுக வேலையின்மை அல்லது வேலைவாய்ப்பின்மை ஆகியவற்றின் பரவலான பிரச்சினைகளை தீர்க்க உதவுகின்றன.

குறிப்பு

2. கிராமப்புறங்களில் உள்ள அனைத்து தொழில்களும் உழைப்பு மிகுந்த தொழில்கள். அவை வேலையின்மை மற்றும் கிராமப்புறங்களில் வேலைவாய்ப்பு பிரச்சினைகளின் கீழ் தீர்க்க உதவுகின்றன.
3. கிராமப்புற தொழில்கள், கிராமப்புறங்களில் பொருளாதார நடவடிக்கைகளை பரப்புவதை ஊக்குவிக்கின்றன, இது சமச்சீர் பிராந்திய வளர்ச்சியை ஊக்குவிக்கிறது.
4. கிராமத் தொழில்களும் கலை மற்றும் படைப்பாற்றலைப் பாதுகாக்கவும் மேம்படுத்தவும் உதவுகின்றன.
5. கிராமப்புற தொழில்மயமாக்கல் கிராமப்புறங்களில் பொருளாதார வளர்ச்சியை ஊக்குவிக்கிறது. இது ஒருபுறம் கிராமப்புற-நகர்ப்புற இடம்பெயர்வுகளை சரிபார்க்கிறது மற்றும் நகரங்களில் ஏற்றத்தாழ்வான வளர்ச்சி, சேரிகளின் வளர்ச்சி, சமூக பதட்டங்கள் மற்றும் மறுபுறம் வளிமண்டல மாசுபாடு ஆகியவற்றைக் குறைக்கிறது.
6. கிராமப்புற தொழில்கள், கிராமப்புறங்களில் வருமானத்தை ஈட்டுகின்றன, இதன் மூலம் கிராமப்புற மற்றும் நகர்ப்புறங்களுக்கு இடையிலான வருமானத்தில் உள்ள ஏற்றத்தாழ்வுகளைக் குறைகின்றன.
7. கிராமப்புற தொழில்முனைவோருக்கு அரசாங்கம் பல்வேறு மானிய மற்றும் சலுகைகளை வழங்குகிறது.
8. கிராமப்புற தொழில்கள், கிராமப்புற-நகர்ப்புற இடப்பெயர்வுகளை சரிபார்க்க முடியும், இதன் மூலம் நகரங்களில் ஏற்றத்தாழ்வான வளர்ச்சியைக் குறைக்கும்.
9. கிராமப்புற தொழில்கள், சாமானியர்களின் வாழ்க்கைத் தரத்தை மேம்படுத்த உதவுகின்றன.
10. கிராமப்புற தொழில்கள், நாட்டின் பழைய பணக்கார பாரம்பரியத்தை பாதுகாத்து ஊக்குவிக்கின்றன.

குறிப்பு

6.5.3. கிராமப்புற தொழில்முனைவோரின் பிரச்சனைகள்

கிராமப்புறங்களில் தொழில்முனைவோரை வளர்ப்பது எளிதான காரியமல்ல. இதற்கு பல தடைகள் உள்ளன.

ஒன்பதாவது ஐந்தாண்டு திட்டத்தில், கிராமப்புற தொழில்முனைவோரின் வளர்ச்சியில் எதிர்கொள்ளும் முக்கிய பிரச்சினைகள் என நான்கு சிக்கல்கள் அடையாளம் காணப்பட்டுள்ளன. அவை,

அ. தேவைக்கேற்ற வருமானமின்மை,

ஆ. பழமையான தொழில்நுட்பம், இயந்திரங்கள் மற்றும் உபகரணங்களின் பயன்பாடு,

இ. மோசமான தரநிலைகள், மற்றும்

ஈ. தேவையான உள்கட்டமைப்பு வசதிகள் இல்லாமை.

கிராமப்புறங்களில் தொழில்களை வளர்ப்பதன் முக்கியத்துவம் குறித்த விழிப்புணர்வும் அறிவும் இல்லாதது கிராமப்புற தொழில்முனைவோரை வளர்ப்பதில் எதிர்கொள்ளும் முக்கிய பிரச்சினைகளில் ஒன்றாகும்.

தொழில்முனைவோருக்கான வாய்ப்புகள், ஆதரவு நிறுவனங்கள் மற்றும் தொழில்முனைவோராக மாறுவதற்குத் தேவையான பிற தகவல்கள் குறித்து பொதுவான கிராமப்புற மக்களுக்குத் தெரியாது. தொழில்முனைவோருக்குள் நுழைவதற்கான வசதிகளைப் பற்றி அறிந்தவர்கள் நிறுவன சூழ்நிலையை அவ்வளவு உதவிகரமாகக் காணவில்லை. அதேபோல், குடும்பம், சமூகம் மற்றும் ஆதரவு அமைப்பு ஆகியவற்றில் உள்ள சூழல் பொதுவாக கிராமப்புற மக்களை சுயதொழில் மற்றும் தொழில்முனைவோராக மாறுவதை பற்றி சிந்திக்க ஊக்குவிக்கவில்லை.

கிராமப்புற தொழில்முனைவோரின் வளர்ச்சியில் எதிர்கொள்ளும் பொதுவான பிரச்சினைகள் கீழே பட்டியலிடப்பட்டுள்ளன:

1. ஒரு தொழிலைத் தொடங்க நிதி பற்றாக்குறை.
2. தொழில்நுட்ப அறிவு இல்லாதது.

குறிப்பு

3. கிராமப்புற மக்களுக்கு பயிற்சி மற்றும் விரிவாக்க சேவைகள் இல்லாதது.
4. மேலாண்மை சிக்கல்கள்.
5. தரக் கட்டுப்பாடு குறித்த விழிப்புணர்வு இல்லாதது.
6. அதிக உள்ளீட்டு செலவு காரணமாக அதிக உற்பத்தி செலவு.
7. தகவல் தொடர்பு மற்றும் சந்தை தகவல்கள் இல்லாதது.
8. மோசமான தரம் மற்றும் மூலப்பொருட்களின் போதிய மற்றும் ஒழுங்கற்ற வழங்கல்.
9. சேமிப்பு கிடங்கு வசதிகள் இல்லாதது.
10. பழமையான பாரம்பரியம்.
11. விளம்பர உத்தி இல்லாதது.
12. ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட சந்தைகள் இல்லாதது.

மேற்கண்ட சிக்கல்களைத் தவிர, கிராமப்புற தொழில்முனைவோர்நகர்ப்புறங்களில் தொழில்முனைவோர் எதிர்கொள்ளும் வேறு ஏதேனும் சிக்கல்களையும் எதிர்கொள்ள வேண்டியிருக்கிறது.

6.5.4. கிராமப்புற தொழில்முனைவோர் வளர்ச்சியடைவதற்கான நடவடிக்கைகள்

நம் நாட்டில் கிராமப்புற தொழில்முனைவோரின் வளர்ச்சிக்கான சில பரிந்துரைகள் கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளன.

1. தொழில்முனைவோருக்கு சரியான நேரத்தில் நிதி கிடைக்க வேண்டும். கிராமப்புற தொழில்முனைவோருக்கு கடன் வழங்குவதில் பின்பற்றப்படும் வங்கி நடைமுறை எளிமைப்படுத்தப்பட வேண்டும்.
2. மூலப்பொருட்களின் தரத்தை நவீன உள்கட்டமைப்பு வசதிகளுடன் உருவாக்க வேண்டும். பொருட்களை விற்பனை செய்வதில் இடைத்தரகரின் பிரச்சினை. கிராமப்புற தொழில்களுக்கான பொருட்களை விற்பனை செய்வதில் உள்ள சிக்கலை தீர்க்க வேண்டும்.

3. கிராமப்புறங்களில் சரியான உள்கட்டமைப்பு வசதி செய்யப்பட வேண்டும்.

குறிப்பு

4. கிராமங்களில் உள்ள கிராமப்புற தொழில்களின் பிரச்சினைகள் மற்றும் முன்னுரிமைகள் குறித்து திட்டமிடுபவர்கள் மற்றும் கொள்கை வகுப்பாளர்கள் அறிந்திருக்க வேண்டும்.
5. முறையான பயிற்சித் திட்டத்தின் மூலம் கிராமப்புற தொழில்முனைவோர்களிடையே, தொழில் முனைவோர் சிந்தனையையும் திறன்களையும் வளர்ப்பது அரசாங்கத்தின் கடமையாகும்.
6. பள்ளிகள், கல்லூரிகள் மற்றும் பல்கலைக்கழகங்களின் பாடத்திட்டத்தில் தொழில்முனைவோர் கல்வி அறிமுகப்படுத்தப்பட்டு இளைஞர்களைள உற்சாகப்படுத்த வேண்டும்.
7. முதல் தலைமுறை தொழில்முனைவோருக்கு வணிக அனுபவம் இல்லை, அவர்கள் பல்வேறு வசதிகளை அறியாதவர்கள். குறிப்பிட்ட தயாரிப்புகள் மற்றும் வர்த்தகங்களில் தங்களைத் தாங்களே ஈடுபடுத்திக் கொள்கிறார்கள். இதனால் வசதிகள் மற்றும் சலுகைகள் அரசாங்கங்களையும் உள்;ர் வளங்களையும் திறம்பட பயன்படுத்த முடியும்.
8. அரசு சாரா நிறுவனங்கள், இளம் தொழில்முனைவோரின் தேசிய கூட்டணி (NAYE), கர்நாடகாவின் உலக தொழில்முனைவோர் சங்கம் (AWAKE), அகமதாபாத்தின் சுயதொழில் மகளிர் சங்கம் (SEWA) போன்றவை இந்தியாவில் கிராமப்புற தொழில்முனைவோரை வளர்ப்பதில் முக்கிய பங்கு வகிக்கின்றன.

6.6 உங்களுடைய முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்கவும்

1. மகளிர் தொழில்முனைவோரின் செயல்பாடுகள் என்ன?
2. மகளிர் தொழில்முனைவோரை பாதிக்கும் காரணிகளை சுருக்கமாக விளக்குக.

3. மகளிருக்கு பயிற்சி அளிக்க இந்திய அரசு நிறுவிய அமைப்புகளை குறிப்பிடுங்கள்?

4. தொழில்முனைவோருக்கு ஏற்படும் ஏதேனும் ஐந்து சிக்கல்களை விவரிக்கவும்.

5. கிராமப்புற தொழில்முனைவோராவதற்கு ஏதேனும் ஐந்து காரணங்களை எழுதுங்கள்?

குறிப்பு

6.7 குறுகிய பதில்களுக்கான கேள்விகள்

1. மகளிர் தொழில்முனைவோர் பற்றி வரையறுக்கவும்.

2. தொழில்முனைவோர் சமுதாய கலாச்சாரம் குறித்து ஒரு குறிப்பு எழுதுங்கள்.

3. மகளிர் தொழில்முனைவோரின் குணங்களை குறிப்பிடுங்கள்.

4. மகளிர் தொழில்முனைவோரின் வளர்ச்சிக்கான பரிந்துரைகளை தெரிவிக்கவும்.

5. 'தொழில்முனைவோர் சமூகம்' என்ற வார்த்தையால் நீங்கள் என்ன புரிந்துகொள்கிறீர்கள்?

6.8 நீண்ட பதில்களுக்கான கேள்விகள்

1. மகளிர் தொழில்முனைவோரை பாதிக்கும் காரணிகள் யாவை?

2. கிராமப்புற தொழில்முனைவோரின் அவசியத்தை விளக்குங்கள்.

3. இந்தியாவில் கிராமப்புற தொழில்முனைவோரை மேம்படுத்த இந்திய அரசு எடுத்துள்ள நடவடிக்கைகள் குறித்து விவாதிக்கவும்.

4. தொழில்முனைவோரின் முக்கியத்துவத்தை விளக்குங்கள்

6.9 உங்களுடைய முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்கும் பதில்கள்

- புதிய தொழிலைத் தொடங்குவதற்கான வாய்ப்புகள் பற்றிய ஆய்வு.

குறிப்பு

- அபாயங்களை எதிர்கொள்வது மற்றும் பொருளாதார நிச்சயமற்ற தன்மைகளை நிர்வகித்தல்
- எந்தவித தயக்கமும் இல்லாமல் புதுமைகளை அறிமுகப்படுத்தும் தன்மை.
- ஒருங்கிணைப்பு நிர்வாகம் மற்றும் கட்டுப்பாடு.
- வழக்கமான அலுவலக மேற்பார்வை.

மகளிர் தொழில்முனைவோரை பாதிக்கும் காரணிகள்

இழுக்கும் காரணிகள் பெண்களை தொழில்முனைவோராக மாற்ற ஊக்குவிக்கின்றன. மகளிர் வாழ்க்கையில் புதிதாக ஏதாவது செய்ய விரும்புகிறார்கள். சுதந்திரத்தின் தேவை, நிதி கிடைப்பது, சலுகைகள் மற்றும் மானியங்கள் ஆகியவை மற்ற முக்கிய காரணிகளாகும்.

தள்ளும் காரணிகள்

தள்ளும் காரணிகள் ஒரு தொழிலை மேற்கொள்ள பெண்களை கட்டாயப்படுத்துகின்றன. கணவன் அல்லது தந்தையின் மரணம், நிதி சிக்கல்கள், குடும்பத்தில் பொறுப்பு போன்ற துரதிர்ஷ்டவசமான குடும்ப சூழ்நிலைகள் மிகுந்த காரணிகள்.

இந்திய அரசு மகளிர் தொழில்முனைவோருக்கு பின்வரும் அமைப்புகளின் மூலம் பயிற்சி அளிக்கிறது.

1. புது தில்லி, தொழில்முனைவோர் மற்றும் சிறு வணிக மேம்பாட்டு நிறுவனம் (NIESBUD) ஒரு முதன்மை அமைப்பு. இது பயிற்சி அளிக்கிறது மற்றும் தொழில்முனைவோர் ஆராய்ச்சியை நடத்துகிறது.
2. ஒருங்கிணைந்த ஊரக வளர்ச்சித் திட்டம் (IRDP)
3. படித்த வேலையற்ற இளைஞர்களுக்கான சுய வேலைவாய்ப்பு திட்டம் (SEEUY)
4. நிதிப் பற்றாக்குறை

மகளிர் தொழில்முனைவோர் போதிய நிதி ஆதாரங்கள் மற்றும் பணி மூலதனத்தால் பாதிக்கப்படுகின்றனர். வங்கியாளர்களால் கோரப்பட்ட உறுதியான பத்திரங்களை அவர்கள் வழங்காததால்

அவர்களால் வங்கிகளிடமிருந்து நிதி பெற முடியவில்லை. மகளிர் தொழில்முனைவை முடிவிட்டு மீண்டும் வீட்டுத் தயாரிப்பாளர்களாக மாறுவார்கள் என்று நம்பி வங்கிகள் கடனை அனுமதிக்கவில்லை.

குறிப்பு

சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் விற்பனைக்கு திறமையற்ற ஏற்பாடுகள்

மகளிர் தொழில்முனைவோர் ஒரு பெரிய லாபத்தை ஈட்டும் இடைத்தரகர்களின் பிடியில் உள்ளனர். மகளிர் தொழில்முனைவோர் மட்டுமே தங்கள் தயாரிப்புகளுக்கான சந்தையை கண்டுபிடிக்க இயலாது, மேலும் ஆண் இடைத்தரகர்களின் ஈடுபாடு இல்லாமல் அவர்கள் தயாரிப்புகளை பிரபலமாக்க முடியாது.

மூலப்பொருட்களின் பற்றாக்குறை

மூலப்பொருட்கள் வழங்குவதில் குறைவு மற்றும் அதன் விலைகள் மிகவும் அதிகமாக இருப்பதால் மகளிர் தொழில்முனைவோர் உற்பத்தி செய்ய இயலாது.

போட்டி

மகளிர் தொழில்முனைவோருக்கு நிறுவன அமைப்பு இல்லை, மேலும் அவர்கள் வாடிக்கையாளர்கள் திரட்டுதல் மற்றும் விளம்பரத்திற்காக அதிக பணம் செலவிட முடியாது. அவர்கள் இரு ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட துறையினரிடமிருந்தும் கடுமையான போட்டியை எதிர்கொள்ள வேண்டும் மற்றும் தொழில்முனைவோரை தங்கள் தயாரிப்புகளை விற்பனை செய்ய வைக்க வேண்டும்.

கிராமப்புறங்களில் உள்ள அனைத்து தொழில்களும் உழைப்பு மிகுந்த தொழில்கள். அவை வேலையின்மை மற்றும் கிராமப்புறங்களில் வேலைவாய்ப்பு பிரச்சினைகளின் கீழ் தீர்க்க உதவுகின்றன.

கிராமப்புற தொழில்கள், கிராமப்புறங்களில் பொருளாதார நடவடிக்கைகளை பரப்புவதை ஊக்குவிக்கின்றன, இது சமச்சீர் பிராந்திய வளர்ச்சியை ஊக்குவிக்கிறது.

கிராமத் தொழில்களும் கலை மற்றும் படைப்பாற்றலைப் பாதுகாக்கவும் மேம்படுத்தவும் உதவுகின்றன. கிராமப்புற தொழில்மயமாக்கல் கிராமப்புறங்களில் பொருளாதார வளர்ச்சியை

குறிப்பு

ஊக்குவிக்கிறது. இது ஒருபுறம் கிராமப்புற-நகர்ப்புற இடம்பெயர்வுகளை சரிபார்க்கிறது மற்றும் நகரங்களில் ஏற்றத்தாழ்வான வளர்ச்சி, சேரிகளின் வளர்ச்சி, சமூக பதட்டங்கள் மற்றும் மறுபுறம் வளிமண்டல மாசுபாடு ஆகியவற்றைக் குறைக்கிறது.

கிராமப்புற தொழில்கள், கிராமப்புறங்களில் வருமானத்தை ஈட்டுகின்றன, இதன் மூலம் கிராமப்புற மற்றும் நகர்ப்புறங்களுக்கு இடையிலான வருமானத்தில் உள்ள ஏற்றத்தாழ்வுகளைக் குறைகின்றன.

பகுதி - 7

நிர்வாக பரிணாமம்

அமைப்பு:

7.1 அறிமுகம்
7.2 வரையறைகள்
7.3 மேலாண்மையின் தன்மை
7.4 மேலாண்மையின் நோக்கம்
7.5 மேலாண்மையின் பண்புகள்
7.6 மேலாண்மையின் முக்கியத்துவம்
7.7 மேலாண்மையின் செயல்பாடுகள்
  7.7.1 மேலாண்மையின் பிற செயல்பாடுகள்
7.8 மேலாண்மைச் சிந்தனையின் மதிப்பீடு
7.9 தொன்மையான நிர்வாகத்தின் கோட்பாடு
7.10 புதிய- தொன்மையான கோட்பாடு மேலாண்மை
  7.10.1 புதிய- தொன்மையான கோட்பாட்டின் இரண்டு இயக்கங்கள்
7.11 மேலாண்மைச் சிந்தனையின் முக்கியப் பள்ளிகள்
  7.11.1 மேலாண்மைச் செயல்முறைப் பயிற்சி அல்லது செயல்பாட்டு அணுகுமுறைப் பயிற்சி

குறிப்பு

7.1 அறிமுகம்

தற்காலத்தில் நிறுவனங்கள் மேலாண்மையின் அடிப்படை யில் மாற்றங்கள் மற்றும் சவால்களை எதிர்கொள்ள விரும்புகின்றன. எந்தவொரு ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட செயல்பாட்டின் வெற்றிக்கும் நிர்வாகம் ஒரு முக்கிய காரணியாகும், மேலும் அதை நிர்வகிப்பது கடினம். நிர்வாகம் என்பது மற்றவர்களால் செய்யப்படும் ஒரு கலை. பொதுவான நோக்கங்கள் அல்லது குறிக்கோள்களைப் பெறுவதற்கான அமைப்பின் வளங்களைத் திட்டமிடுதல், ஒழுங்கமைத்தல், இயக்குதல் மற்றும் கட்டுப்படுத்துதல் ஆகியவை நிர்வாகம் ஆகும். இது பொருள், பணம், இயந்திரங்கள், முறைகள், உற்பத்தி மற்றும் சந்தைப்படுத்தல் போன்ற வளங்களுடன் தொடர்புடையது. பொதுத்துறை, தனியார் துறை, அரசு போன்ற அனைத்து வகையான அமைப்புகளுக்கும் நிர்வாகம் அவசியம். துறை, ஹோட்டல், மருத்துவமனை, விடுதிகள், கல்வி நிறுவனங்கள், பல்வேறான வளர்ச்சி மற்றும் விரிவாக்கத்திற்கு நிர்வாகம் தேவை.

7.2 வரையறைகள்(இலக்கணங்கள்)

1. டெய்லரின் கூற்றுப்படி: -"மேலாண்மை என்பது நீங்கள் என்ன செய்ய விரும்புகிறீர்கள் என்பதை அறிந்து, பின்னர் அது சிறந்த மற்றும் குறைந்த செலவில் வழி செய்யப்படுவதைக் காணும் கலை."

2. லாரன்ஸின் கூற்றுப்படி: - "மேலாண்மை என்பது மற்றவர்களின் முயற்சியின் மூலம் முடிவுகளை நிறைவேற்றுவதாகும்."

குறிப்பு

3. ஹென்றி ஃபயோலின் கூற்றுப்படி: - "மேலாண்மை நிர்வகிப்பது என்பது முன்னறிவிப்பு மற்றும் திட்டமிடல், ஒழுங்கமைத்தல், ஒருங்கிணைத்தல் மற்றும் கட்டுப்படுத்துதல்."

7.3 மேலாண்மையின் தன்மை

1. உலகளாவிய செயல்முறை: மனித செயல்பாட்டில் எப்போதுமே நிர்வாகம் உள்ளது. திறமையான நிர்வாகம் இல்லாமல், நிறுவனத்தின் நோக்கங்களை அடைய முடியாது.

2. உற்பத்தி காரணி: உழைப்பு மற்றும் மூலதனத்தைப் பயன்படுத்த தகுதிவாய்ந்த மற்றும் திறமையான மேலாளர்கள் அவசியம்.

3. இலக்கு சார்ந்தவை: அனைத்து நிர்வாக நடவடிக்கைகளின் மிக முக்கியமான குறிக்கோள் ஒரு நிறுவனத்தின் நோக்கங்களை நிறைவேற்றுவதாகும். இலக்குகள் யதார்த்தமானதாகவும் அடையக்கூடியதாகவும் இருக்க வேண்டும்.

4. சிந்தனை மற்றும் செயலில் உச்சம்: குறிக்கோள்களை உணரக்கூடிய மேலாளர்கள், அதன்பின்னர் அவர்கள் தலைமை துறை மேலாண்மையர் நிலைகளில் இருப்பார்கள்.

5. குழு செயல்பாடு: உற்பத்தித்திறனின் அதிகபட்ச நிலைகளை அடைய ஒருங்கிணைந்த அனைத்து மனித உழைப்பாளர்கள் மற்றும் மனிதவளங்களும் திறமையாக ஒருங்கிணைக்கப்பட வேண்டும். ஒருங்கிணைப்பு இல்லாமல், எந்த வேலையும் முழுமையடையாது, மேலும் குழப்பமும், தேக்கநிலையும் இருக்கும்.

6. மாறும் செயல்பாடு: பொருளாதார, சமூக, அரசியல், தொழில்நுட்ப அல்லது மனித காரணிகளால் வணிகச் சூழலில் ஏற்படும் மாற்றங்களை எதிர்கொள்ள நிர்வாகம் அவசியமாகிறது. அவை தேவைக்கேற்ற

பயிற்சியைப் பெற்றிருக்க வேண்டும், இதனால் சிக்கலான சூழ்நிலைகளில் கூட சிறப்பாக செயல்பட முடியும்.

குறிப்பு

7. சமூக அறிவியல்: ஒரு மேலாளர் கையாளும் நடவடிக்கைள் அனைத்து நபர்களுக்கும், உணர்திறன், புரிதல் மற்றும் வேகமாக செயல்படுதல் போன்ற பல்வேறு நிலைகளில் இருப்பார்கள்.

8. சமூகத்தின் முக்கிய உறுப்பு: சமூக நிர்வாக நடவடிக்கைகளை பாதிக்கிறது மற்றும் நிர்வாக நடவடிக்கைகள் சமூகத்தை பாதிக்கின்றன. அதன் மேலாளர்களின் பொறுப்பு தொண்டு செயல்பாடுகள், மனிதவள விளையாட்டு போட்டி, தன்னார்வ தொண்டு நிறுவனங்களுக்கு நன்கொடை போன்றவற்றை ஏற்பாடு செய்வதன் மூலம் சமூகத்திற்கு பங்களிக்க வேண்டும்.

9. அதிகார அமைப்பு: நன்கு வரையறுக்கப்பட்ட நிபந்தனைகள், பொருத்தமான அதிகாரத்தை வழங்குதல் மற்றும் முடிவெடுக்கும் அனைத்து மட்டங்களிலும் பொறுப்புடன் செயல்படுதல். ஒவ்வொரு நபரும் எதிர்பார்க்க வேண்டும், அவற்றை நிறைவேற்ற அனைத்து முனைகளிலும் அவர் நடவடிக்கை எடுக்க வேண்டும். இதற்காக, அவர்களுக்கு முழு ஆதரவளிக்க நடுத்தர மற்றும் கீழ் மட்ட நிர்வாகம் தேவைப்படுகிறது.

வேறு சில இயற்கை மேலாண்மை

1. மேலாண்மை என்பது ஒரு செயல்பாடு
2. மேலாண்மை என்பது ஒரு செயல்பாட்டு நோக்கம்.
3. ஒரு குழுவின் முயற்சிகளில் மேலாண்மை அக்கறை கொண்டுள்ளது.
4. மேலாண்மை பொருளாதாரக் கொள்கைகளைப் பயன்படுத்துகிறது.
5. மேலாண்மை என்பது முடிவெடுப்பதை உள்ளடக்குகிறது.
6. மேலாண்மை என்பது மற்றவர்களால் செய்யப்படுகிறது.
7. மேலாண்மை என்பது ஒரு ஒருங்கிணைந்த செயல்முறை.
8. மேலாண்மை அனைத்து நடவடிக்கைகள் மற்றும் வளங்களை ஒருங்கிணைக்கிறது.
9. மேலாண்மை என்பது ஒரு உலகளாவிய செயல்பாடு.
10. மேலாண்மை என்பது மாறக்கூடியது.

குறிப்பு

7.4 மேலாண்மை யின் நோக்கம்

மேலாண்மையின் நோக்கத்தை துல்லியமாக வரையறுப்பது கடினம் என்றாலும், பின்வரும் பகுதிகள் இதில் சேர்க்கப்பட்டுள்ளன:

1. மேலாண்மையின் பொருள்: திட்டமிடல், ஒழுங்கமைத்தல், இயக்குதல், ஒருங்கிணைத்தல் மற்றும் கட்டுப்படுத்துதல் ஆகியவை மேலாண்மையின் விஷயத்தில் சேர்க்கப்பட்ட நடவடிக்கைகள்.

2. மேலாண்மையின் செயல்பாட்டு பகுதிகள்: இவை பின்வருமாறு:

நிதி மேலாண்மையின் என்பது கணக்கியல், நிதியறிக்கைக் கட்டுப்பாடு, தரக் கட்டுப்பாடு, நிதி திட்டமிடல் மற்றும் ஒரு நிறுவனத்தின் ஒட்டுமொத்த நிதிகளை நிர்வகித்தல் ஆகியவை அடங்கும்.

மனித வளப்பணியாளர் மேலாண்மையில் ஆட்சேர்ப்பு, பயிற்சி, இடமாற்றம், பதவி உயர்வு, பதவி நீக்கம், ஓய்வு, பணிநீக்கம், தொழிலாளர் நலன் மற்றும் சமூக பாதுகாப்பு தொழில்துறை உறவுகள் ஆகியவை அடங்கும்.

கொள்முதல் மேலாண்மையில் மூலப்பொருட்களுக்கான ஒப்பந்தப்புள்ளிகளை அழைப்பது, சரக்கு வகையில் அனுப்பாணை (ஆர்டர்களை) வைப்பது, ஒப்பந்தங்களில் பங்கேற்பது மற்றும் பொருட்கள் கட்டுப்பாடு ஆகியவை அடங்கும்.

உற்பத்தி மேலாண்மை என்பது உற்பத்திக்கு திட்டமிடல், உற்பத்தி கட்டுப்பாட்டு நுட்பங்கள், தரக் கட்டுப்பாடு மற்றும் ஆய்வு மேலும் நேரம் மற்றும் இயக்க ஆய்வுகள் ஆகியவை அடங்கும்.

பராமரிப்பு மேலாண்மை என்பது கட்டிடங்கள், ஆலை மற்றும் இயந்திரங்களின் சரியான பயன்பாடு மற்றும் பராமரிப்பை உள்ளடக்கியது.

போக்குவரத்து மேலாண்மை என்பது ரயில், சாலை மற்றும் விமானம் மூலம் கிடங்குகளுக்கு சரக்குகளை கொண்டு செல்லுதல் மற்ற போக்குவரத்து ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியது.

குறிப்பு

விநியோக மேலாண்மை என்பது சந்தைப்படுத்தல், வணிக ஆராய்ச்சி, விலை நிர்ணயம், சந்தையின் தடைகள் மற்றும் விளம்பரம், விளம்பரம் மற்றும் விற்பனை மேம்பாடு ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியது.

அலுவலக மேலாண்மை என்பது அலுவலகத்தின் தளவமைப்பு, பணியாளர்கள் மற்றும் உபகரணங்களை சரியாக நிர்வகிப்பதற்கான நடவடிக்கைகளை உள்ளடக்கியது.

அபிவிருத்தி மேலாண்மை என்பது உற்பத்தி நுட்பங்கள், சந்தைகள் போன்றவற்றின் பரிசோதனை மற்றும் ஆராய்ச்சியை உள்ளடக்கியது.

மேலாண்மை என்பது ஒரு இடை-ஒழுக்க அணுகுமுறை: மேலாண்மையின் சரியான செயல்பாட்டிற்கு, வர்த்தகம், பொருளாதாரம், சமூகவியல், உளவியல் மற்றும் கணிதம் குறித்த அறிவு இருப்பது முக்கியம்.

உலகளாவிய பயன்பாடு: மேலாண்மையின் கொள்கைகள் அவர்கள் செய்யும் பணிகளின் தன்மையைப் பொருட்படுத்தாமல் அனைத்து வகையான நிறுவனங்களுக்கும் பயன்படுத்தப்படலாம்.

மேலாண்மையின் அத்தியாவசியம்: மேலாண்மையின் மூன்று அத்தியாவசியங்கள் அவை:

- அறிவியல் முறைகள்
- மனிதவள உறவுகள்
- எண்ணிக்கை அளவு நுட்பங்கள்

நவீன மேலாண்மை என்பது மாற்றத்தின் முகவர்: ஒரு நிறுவனத்தின் செயல்திறனை மேம்படுத்த சரியான ஆராய்ச்சி மற்றும் வளர்ச்சியால் மேலாண்மை நுட்பங்களை மாற்றியமைக்கலாம்.

7.5 மேலாண்மையின் பண்புகள்

1. மேலாண்மை உலகளாவியது: மேலாண்மையின் கொள்கைகள் மற்றும் நுட்பங்கள் உலகளாவிய பயன்பாட்டைக் கொண்டுள்ளன. அவை

கடினமானவை அல்ல. அவற்றை வெவ்வேறு சூழ்நிலைகளில் மாற்றியமைக்கலாம் மற்றும் பயன்படுத்தலாம்.

குறிப்பு

2. மேலாண்மை என்பது இலக்கு சார்ந்ததாகும்: மனித, உடல் மற்றும் நிதி ஆதாரங்களைப் பயன்படுத்துவதில் செயல்திறன் மற்றும் பொருளாதாரத்தை உறுதி செய்வதே மேலாண்மையின் அடிப்படைக் குறிக்கோள். நிர்வாக வெற்றி என்பது எந்த அளவிற்கு நோக்கங்களை அடைகிறது என்பதன் அடிப்படையில் அளவிடப்படுகிறது.

3. மேலாண்மை என்பது ஒரு புதிரான சக்தி: மேலாண்மை என்பது ஒரு கண்ணுக்குத் தெரியாத சக்தியாகும், ஆனால் அதன் நிலையை முடிவுகளின் வடிவத்தில் தான் உணர முடியும், அவை திட்டங்களின்படி அடையப்பட்ட இலக்குகள், திருப்தியடைந்த ஊழியர்கள் மற்றும் நிறுவனத்தில் ஒழுங்குமுறையாகும்.

4. மேலாண்மை பரவலானது: அமைப்பு, நிறுவனம், வணிகம், விளையாட்டு, பல்கலைக்கழகம் அல்லது மருத்துவமனை ஆகியவற்றை ஒவ்வொரு ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட செயல்பாட்டிற்கும் நிர்வாக பரவல் என்பது முக்கியமான அங்கமாகும். இது மேலாண்மை அமைப்பின் அனைத்து மட்டங்களிலும், மற்றும் அனைத்து துறைகளிலும் நிலவுகிறது.

5. மேலாண்மை என்பது ஒரு தொடர்ச்சியான செயல்முறை: மேலாண்மை செயல்பாடுகள் தொடர்ச்சியானவை மற்றும் ஒருபோதும் முடிவடையாது. இந்த செயல்பாடுகள் அனைத்து மேலாளர்களால் ஒரே நேரத்தில் செய்யப்படுகின்றன, அதாவது அவை திட்டமிடல், ஒழுங்கமைத்தல், பணியாளர்களை இயக்குதல் மற்றும் கட்டுப்படுத்துதல்.

6. மேலாண்மை என்பது ஒரு மாற்றமுள்ள செயல்பாடு: மேலாண்மை என்பது ஒரு மாறும் செயல்பாடு, ஏனெனில் இது சுற்றுச்சூழலின் தேவை மற்றும் வணிகத்தின் வளர்ச்சிக்கு ஏற்ப மாற்றங்களை ஏற்க வேண்டும்.

7. மேலாண்மை என்பது பல பரிமாணமாகும்: இது வேலை, ஊழியர்கள் மற்றும் செயல்பாடுகளை நிர்வகிப்பதை உள்ளடக்கியிருப்பதால் இது பல பரிமாணமாகும்.

7.6 மேலாண்மையின் முக்கியத்துவம்

குறிப்பு

1. மேலாண்மை என்பது இலக்கை அடைவதாகும்: மேலாண்மை என்பது குறிப்பிட்ட குறிக்கோள்களை அடைவதில் அக்கறை கொண்டுள்ளது. இது எப்போதும் குறிக்கோள்களை அடைவதற்கான முயற்சியில் ஈடுபடுகிறது. மேலாண்மையின் வெற்றி எந்த அளவிற்கு குறிக்கோள்களை அடைகிறது என்பதன் அடிப்படையில் அளவிடப்படுகிறது.

2. மேலாண்மை குழு முயற்சிகளுடன் தொடர்புடையது: வர்த்தகம் சில குறிக்கோள்களுடன் நடைமுறைக்கு வருகிறது, அவை ஒரு குழுவால் அடையப்பட வேண்டும், தனிப்பட்ட நபரால் மட்டுமல்ல. குழு உறுப்பினர்களின் மூலமாகவும், அவர்களின் முயற்சிகள் மூலமாகவும் மேலாண்மையின் நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்கிறது. இது ஒரு பொதுவான இலக்கை நோக்கி அதன் உறுப்பினர்களின் செயல்கள் மற்றும் நடவடிக்கைகளையும் ஒருங்கிணைக்கிறது.

3. மேலாண்மை என்பது புதிரானது: இது ஒரு கண்ணுக்குப் புலப்படாத சக்தி, அதன் இருப்பு இன்றுவரை அதன் முயற்சிகளின் விளைவாக இருக்கலாம், ஆனால் அவை எங்கு பொதுவாக கவனிக்கப்படாமல் இருக்கின்றனவோ, அங்கு நிர்வாகத் தவறுகள் விரைவாக தெரிகிறது.

4. மேலாண்மை என்பது ஒரு செயல்பாடு மற்றும் அது தனிநபர் அல்லது குழுவினரைக் குறிப்பதல்ல: மேலாண்மை என்பது ஒரு குறிப்பிட்ட வர்க்கம் அல்ல, ஆனால் அது செயல்பாடு, இது அமைப்பின் நோக்கங்களை அடைய திட்டமிடல், ஒழுங்கமைத்தல், இயக்குதல் மற்றும் கட்டுப்படுத்துதல் ஆகியவற்றின் செயல்முறையாகும்.

5. மேலாண்மை என்பது சூழ்நிலை சார்ந்தது: நடவடிக்கைகளைச் செய்வதற்கான சிறந்த வழியை நிர்வாகம் அறிவுறுத்துவதில்லை. பயனுள்ள நிர்வாகம் எப்போதும் சூழ்நிலை சார்ந்தது. ஒரு மேலாளர் தற்போதுள்ள சூழ்நிலைகளை கருத்தில் கொண்டு மேலாண்மையின்

கொள்கைகள், அணுகுமுறைகள் மற்றும் நுட்பங்களைப் பயன்படுத்த வேண்டும்.

குறிப்பு

6. மேலாண்மை உலகளாவியது: மேலாண்மையின் பெரும்பாலான கொள்கைகள் மற்றும் நுட்பங்கள் உலகளாவிய இயல்புடையவை. அவை அரசாங்க அமைப்பு, இராணுவம், கல்வி நிறுவனங்கள், மத நிறுவனங்கள் போன்றவற்றுக்கு பயன்படுத்தப்படலாம். அவை சூழ்நிலைகளுக்கு ஏற்ப ஏற்றுக்கொள்ளக்கூடிய பணி வழிகாட்டுதல்களை வழங்குகின்றன.

7. மேலாண்மை என்பது மக்களுடன் தொடர்புடையது: மேலாண்மை என்பது சில செயல்களை மற்றவர்கள் மூலமாக உள்ளடக்குகிறது என்பதால், திட்டமிடல் மற்றும் கட்டுப்பாட்டு உதவியுடன் மனிதர்கள் இந்த செயலைச் செய்தனர். தனி மனித ஈடுபாட்டை நிர்வாகத்திலிருந்து பிரிக்க முடியாது.

8. மேலாண்மை என்பது கலை, அறிவியல் மற்றும் தொழில் ஆகியவற்றின் கலவையாகும்: மேலாண்மை அறிவியலையும் கலையையும் பயன்படுத்துகிறது. இது அறிவியலைச் சார்ந்தது, ஏனெனில் இது செய்முறைகள் மற்றும் புள்ளிவிவரங்களுடன் அறிவைச் சேகரிக்கிறது, பகுப்பாய்வு செய்து அதை அளவிடுகிறது மற்றும் பரிசோதனையின் உதவியுடன் முடிவு எடுக்கப்படுகிறது. இது ஒரு திட்டமிட்ட அறிவின் அமைப்பு. கலை என்றால் பல்வேறு தனி மனித சிக்கல்களைத் தீர்ப்பதற்கான அறிவைப் பயன்படுத்துதல். நவீன காலங்களில் உரிமை மற்றும் நிர்வாகத்தைப் பிரிப்பது ஆகியவை அடங்கும், எனவே தொழில்முறை வல்லுநர்கள் நியமிக்கப்படுகிறார்கள்.

7.7 மேலாண்மையின் நிர்வாகத்தின் செயல்பாடுகள்

மேலாண்மையின் முக்கிய செயல்பாடுகள் கீழே விவாதிக்கப்பட்டுள்ளன.திட்டமிடல்: இதில் முன்கணிப்பு, குறிக்கோள்களின் உருவாக்கம், கொள்கைகள், திட்டங்கள், தயாரிப்பாளர் மற்றும் பட்ஜெட் ஆகியவை அடங்கும். அவற்றின் நோக்கங்களைப் பெறுவதற்கான

முறைகள் அல்லது பாதையை தீர்மானிக்கும் செயல்பாடு இது. என்ன செய்ய வேண்டும், ஏன் செய்ய வேண்டும், எப்போது, எங்கே, எப்படி செய்ய வேண்டும் என்பதை இது முன்கூட்டியே தீர்மானிக்கிறது. இது ஒட்டுமொத்த அமைப்புக்கு மட்டுமல்ல, ஒவ்வொரு பகுதி, பிரிவு மற்றும் துறைக்கும் திட்டமிடல் செய்யப்படுகிறது. திட்டமிடுவது என்பது செயல்பாட்டிற்கு முன் சிந்தித்தல் முறையாகும்.

குறிப்பு

ஒழுங்கமைத்தல்: இதில் துறைகள், அதிகாரத்தை வழங்குதல், பொறுப்பை நிர்ணயித்தல் மற்றும் உறவை நிலைநாட்டுதல் ஆகியவை அடங்கும். இது வணிக நிறுவனத்திற்கு பயனுள்ள அனைத்தையும் வழங்கும் ஒரு செயல்பாடு. மனிதன், இயந்திரம், பொருள், பணம் போன்றவற்றை திரட்டுகின்ற சில வளங்கள் உள்ளன, ஆனால் இன்னும் இந்த வளங்களில் சில வரம்புகள் உள்ளன. ஒரு மேலாளர் பல்வேறு உறவுகளின் கட்டமைப்பை வடிவமைத்து உருவாக்க வேண்டும். இந்த அமைப்பு, அடையாளம் மற்றும் தொகுத்தல் பணி, அதிகாரம் மற்றும் பொறுப்பை ஒப்படைத்தல் மற்றும் உறவை நிறுவுதல் ஆகியவற்றின் விளைவாகும்.

பணியாளர்கள்: இதில் மனித சக்திக்கான திட்டமிடல், ஆட்சேர்ப்பு, தேர்வு, வேலை வாய்ப்பு மற்றும் பயிற்சி ஆகியவை அடங்கும். அமைப்பின் முன்னேற்றத்திற்கு அடிப்படை பணியாளர்களின் பொறுப்பு. சரியான வேலைக்கு சரியான மனிதனை நியமிக்க வேண்டும். பணியாளர்களுக்கு பயிற்சி அளித்தல் மற்றும் முறையான ஊதியம் ஆகியவை இதில் அடங்கும்.

இயக்குதல்: இதில் முடிவெடுப்பது, மேற்பார்வை செய்தல், வழிகாட்டுதல் போன்றவை அடங்கும். இது மாறும் தலைமையை வழங்குவதை பிரதிபலிக்கிறது. மேலாளர் இந்த செயல்பாடுகளைச் செய்யும்போது, மேற்பார்வையாளர்களுக்கு உத்தரவுகளையும் அறிவுறுத்தல்களையும் வழங்குகிறார். இது ஒரு சாதகமான படைப்பை உருவாக்குதல், சுற்றுச்சூழல் மேம்படுத்துதல், மேலாளர்களை நிர்வகித்தல், தொழிலாளர்களை நிர்வகித்தல் மற்றும் பணிச்சூழலை நிர்வகித்தல் ஆகியவற்றைக் குறிக்கிறது.

குறிப்பு

தொடர்பு கொள்ளுதல்: எந்தவொரு நிறுவனத்திலும் தகவல்தொடர்பு முக்கியமான இடத்தை வகுக்கிறது. ஒவ்வொரு வெற்றிகரமான மேலாளரும் ஒரு சிறந்த தகவல்தொடர்பு முறையை உருவாக்க வேண்டும். தொடர்பு என்பது இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட நபர்களிடையே உண்மைகள், யோசனைகள் மற்றும் தகவல்களை பரிமாறிக்கொள்வது. இது உயர்ந்த ஒழுக்கத்தை வளர்க்க உதவுகிறது.

கட்டுப்படுத்துதல்: இது நிலையான செயல்திறனுக்கு எதிராக உண்மையான செயல்திறனைச் சரிபார்க்கும் செயல்முறையாகும். ஏதேனும் வித்தியாசம் அல்லது மாற்றம் இருந்தால் இந்த வேறுபாடுகள் கண்டறியப்பட்டு தேவையான நடவடிக்கைகள் எடுக்கப்பட வேண்டும். இது மூன்று கூறுகளை உள்ளடக்கியது:

- நிலையான செயல்திறனை ஏற்படுத்துகிறது.
- அமைக்கப் பெற்றவுடன் உண்மையான செயல்திறனை அளவிடும்.
- மாற்றத்தின் காரணங்களைக் கண்டறிதல்.

மேலாண்மை என்பது திட்டமிடல், ஒழுங்கமைத்தல், பணியாளர்கள் மற்றும் முடிவெடுப்பது, உந்துதல், தகவல் தொடர்பு, ஒருங்கிணைப்பு மற்றும் பலவற்றை உள்ளடக்கியது.

7.7.1 மேலாண்மையின் பிற செயல்பாடுகள்

செயலூக்கம்: ஒரு நல்ல அமைப்பில், எதிர்பாராத பிரச்சினைகள் உருவாக்கப்படுகின்றன. தொழிலாளர்கள் வழிகாட்டுதலுக்காக ஆலோசிக்க ஒரு தலைவரை வைத்திருப்பது அவசியமாகிறது. தொழிலாளி அவர்களின் பிரச்சினைகளை தீர்க்க ஒருவர் உதவ வேண்டும். மேலாளர் அவர்களுக்கு தலைவர். எனவே அவர் பிரச்சினைகளை ஏற்றுக்கொள்ள வேண்டும், தொழிலாளர்கள் அவர்கள் செய்த பணிகளைப் பாராட்ட வேண்டும். அவர் தொழிலாளர்களுக்கு நன்கு ஊக்கமளிக்கும் ஆதாரமாக செயல்பட வேண்டும்.

முடிவெடுப்பது: நிறைய செயல்களில் ஈடுபட மற்றும் நிறைய மாற்று வழிகள் உள்ளன. ஒரு மேலாளர் தனது இலக்குகளை அடைய

சரியான மாறுபாட்டைத் தேர்வு செய்ய வேண்டும். சந்தைப்படுத்தல் முடிவு, உற்பத்தி விலை முடிவு மற்றும் மூலதன முதலீட்டு முடிவு உள்ளிட்ட பல முடிவுகள் உள்ளன.

குறிப்பு

முன்கணித்தல்: உற்பத்தி நிறுவனத்திற்கு சரியான விற்பனையை முன்கணித்தல் அவசியம். சரியான தொழிலாளர்கள் மற்றும் சரியான பொருள் சரியான இடத்தில் மற்றும் சரியான நேரத்தில் கிடைப்பதன் மூலம் உற்பத்திக்கு இது உதவுகிறது. மூலப்பொருட்கள், உபகரணங்கள் மற்றும் உழைப்புகளை வாங்குவதற்கும் மேலாளருக்கு இது உதவுகிறது. எதிர்கால கோரிக்கைகளை பூர்த்தி செய்ய பலமுறை முன்கூட்டியே உற்பத்தி செய்யப்படுகிறது மற்றும் மூலப்பொருட்களின் குறுகிய விநியோகம், சரியான கட்டுப்பாடு இல்லாதது, விற்பனை இலக்குகளை நிர்ணயித்தல் மற்றும் எதிர்கால நிதி தேவைகளை பூர்த்தி செய்வது போன்ற காரணங்களால் முன்கணித்தல் அவசியம். வணிக விரிவாக்கம் குறித்த யோசனைகளை வழங்கவும் மற்றும் நிறுவனத்தின் பணியாளர்களுக்கு பயிற்சி அளிக்கவும் இது உதவுகிறது.

7.8 மேலாண்மைச் சிந்தனையின் மதிப்பீடு

1910-1940: நிர்வாகம் மேலாண்மை

20ஆம் நூற்றாண்டில் நிர்வாகம் விஞ்ஞானமாகக் கருதப்பட்டது மற்றும் தரப்படுத்தல், தொழிலாளர் பிரிவு, மையமயமாக்கல் மற்றும் படிநிலை ஆகியவற்றின் மூலம் உற்பத்தித்திறன் மற்றும் செயல்திறனை அதிகரிப்பதில் கவனம் செலுத்தியது. தொழில்களில் மேல்-நிலை அதிகாரிகள் முதல் கீழ் -நிலை ஊழியர்கள் வரை கடுமையான கட்டுப்பாட்டைக் கொண்ட செயல்முறை கள் மேலாண்மை என்பது உலகம் முழுவதும் காணப்படுகின்ற நிலை உள்ளது.

1950-1960: செயல்பாட்டு நிறுவனங்கள்

1950 மற்றும் 1960-களில், வளர்ந்து வரும் செயல்பாட்டு நிறுவனங்கள் மற்றும் மனித வள (ர்ரஅயெ சுநளழரசஉநள) இயக்கத்தின் தோற்றம் உணரப்பட்டது.

குறிப்பு

உற்பத்தி மற்றும் உற்பத்தித்திறனில் மனித காரணியை மேலாளர்கள் புரிந்துகொள்ளத் தொடங்கினர் மற்றும் இலக்கு அமைத்தல், செயல்திறன் மதிப்புரைகள் மற்றும் வேலையின் பகுப்பு விளக்கங்கள் போன்ற சிந்தனைகள் பிறந்தன.

1970: செயல்முறைக்கான திட்டமிடல்

1970-களில் கவனம் செலுத்தும் செயல்பாட்டில் இருந்து வள ஒதுக்கீடு மற்றும் செயல்முறைத் திட்டம் (புது), வளர்ச்சி பிரித்து கணித்தல் (டீஊபு) மற்றும் ளுறுழுவு போன்ற கருவிகளுக்கு கவனம் மாற்றப்பட்டது. செயல்முறைத் திட்டமிடலை முறைப்படுத்த இவை பயன்படுத்தப்பட்டன. பல ஆண்டுகளாக 'சிறந்த நடைமுறை' மற்றும் 'ஒரே அளவு அனைவருக்கும் பொருந்துகிறது' ஆகிய தீர்வுகளுக்குப் பிறகு, கல்வியாளர்கள் தற்செயல் கோட்பாடுகளை உருவாக்கத் தொடங்கினர்.

1980: போட்டி நன்மை

வளர்ந்து வரும் வணிகமானது, போட்டி மற்றும் ஆலோசனைத் துறையுடன் இணைக்கப்பட்ட வளர்ந்து வரும் மேலாண்மை, தொழில்களில் அதிகரித்து காணப்படுகிறது. 1980-களில் நிறுவனங்களுக்கு போட்டி நன்மை ஒரு முன்னுரிமையாக மாறியது. மொத்த தர மேலாண்மை (வுஞஆ), இணைத்தல் மற்றும் நலிந்த தொழில் கொள்கைகளின் ஒருங்கிணைப்பு மற்றும் சுத்திகரிப்பு (ளுமை ளுபைஅய யனெ டுநயப) போன்ற கருவிகள் செயல்முறைகளை அளவிட மற்றும் உற்பத்தித்திறனை மேம்படுத்த பயன்படுத்தப்பட்டன. புள்ளிவிவரத்தைச் சேகரிப்பதில் ஊழியர்கள் அதிக ஈடுபாடு கொண்டிருந்தனர், ஆனால் முடிவுகள் இன்னும் மேலே எடுக்கப்பட்டன, மேலும் மக்களை நிர்வகிக்கவும் கட்டுப்பாட்டை பராமரிக்கவும் இலக்குகள் பயன்படுத்தப்பட்டன.

1990: செயல்முறையின் உச்சநிலை

1990-களில் தரப்படுத்தல் மற்றும் வணிக செயல்முறை மறுசீரமைப்பு பிரபலமானது. மேலும் 1990-களிலிருந்து 2000-வரை உள்ள

இடைப்பட்ட காலத்தின் நடுப்பகுதியில், நிலை நிறுத்தப்பட்ட நிறுவனங்களில் 60மு இதுபோன்ற திட்டங்களுக்கான திட்டங்கள் அல்லது ஏற்கனவே தொடங்கியுள்ளதாகக் கூறபட்டன. மொத்த தர மேலாண்மை (வுஞஆ), இணைத்தல் மற்றும் மெலிந்த தொழில் கொள்கைகளின் ஒருங்கிணைப்பு மற்றும் சுத்திகரிப்பு (ளுைஒ ளுபைஅய யனெ டுநயள) போன்ற கருவிகள் செயல்முறைகளை அளவிட மற்றும் உற்பத்தித்திறனை மேம்படுத்த ஆகியவை பிரபலமாக இருந்தன. மேலும் முழுமையான, நிறுவன அளவிலான அணுகுமுறை மற்றும் செயல்முறை அமலாக்கம், செயல்முறை வரைபடங்கள் மற்றும் சமநிலை மதிப்பெண் பட்டியல்கள் போன்ற கருவிகளைப் பயன்படுத்தின.

2000: முக்கிய புள்ளிவிவரம்

2000-களில், ஆலோசனைத் தொழிலின் முக்கிய புள்ளிவிவரம், நிறுவனங்களின் கீழ் உருவாக்கப்பட்டது, பின்னர் வளர்ச்சி மற்றும் மதிப்பு உருவாக்க தொழில்நுட்பத்தைப் பயன்படுத்துவதில் கவனம் செலுத்தியது. இதற்கிடையில், தற்போதுள்ள சந்தை இடத்தை மிகைப்படுத்தியிருப்பது நீல பெருங்கடல் செயல்பாடு மற்றும் மதிப்பு கண்டுபிடிப்பு போன்ற கருத்துகளுக்கு வழிவகுத்தது.

2013ஆம் ஆண்டில் உலகமயமாக்கல், தொழில்நுட்பத்தின் முன்னேற்றம் மற்றும் அதிகரித்த பன்முகத்தன்மை ஆகியவை நிறுவன சவால்களை துரித செயல்பாடுகளாக மாற்றின. பெரும்பாலான நிறுவனங்கள் காலாவதியான நிர்வாகம் நடைமுறைகளைப் பயன்படுத்துகின்றன. மேலும் நம் மக்களிடமிருந்து நம்பிக்கையை அதிகம் பெறத் தவறிவிட்டன. 65% மக்கள் வேலையில் மகிழ்ச்சியற்றவர்கள், 14% பேர் மட்டுமே தங்கள் நிறுவனத்தின் செயல்பாடுகளைப் புரிந்து கொண்டனர், 75% பேர் வேலை தேடுகிறார்கள் என்பது கண்டறியப்பட்டது.

சிக்கல்களைத் தீர்ப்பது மற்றும் புதுமை ஆகியவை சரியானதைப் பெறுவதற்கான நிர்வாகத்தின் மிக முக்கியமான அம்சங்கள்.

1. மேலாண்மை அணுகுமுறை:
சிறந்த நிர்வாகத்தின் போக்கு, வரிசைப்படி:

குறிப்பு

அ. கட்டுப்பாடு (அதாவது உங்களுடைய முதலாளி என்ன செய்ய வேண்டும், எப்படி செய்ய வேண்டும் என்று சொல்கிறார்).

ஆ. இலக்குகளை அமைத்தல் (அதாவது உங்களுடைய முதலாளி இலக்குகளையும் எதிர்பார்ப்புகளையும் அமைத்துக்கொள்கிறார், ஆனால் நீங்கள் அவற்றை எவ்வாறு அடைவது என்பது குறித்து உங்களுக்கு அதிக சுதந்திரம் உள்ளது).

இ. ஊக்குவித்தல் (அதாவது உங்களுடைய முதலாளி என்ன, எப்படி இரண்டிலும் புதுமை காண்பதற்கான வாய்ப்பையும் சுதந்திரத்தையும் தருகிறார்).

2. புதுமை ∴ சிக்கல் தீர்க்கும் அணுகுமுறை:
தலைவர்கள் செயல்பாட்டுச் சிக்கல்களை எவ்வாறு தீர்ப்பது மற்றும் புதிய தயாரிப்புகள், சேவைகளை எவ்வாறு உருவாக்குவது. அதாவது:

அ. மேலிருந்து கீழ் (அதாவது தீர்வுகள் உருவாக்கப்பட்டு மேலே இருந்து வருகின்றன)

ஆ. கீழிருந்து கிடைத்த புள்ளிவிவரங்களுடன் மேலிருந்து கீழ் (அதாவது மீதமுள்ள அமைப்பு தகவல் மற்றும் அனுபவங்களை பங்களிக்கிறது, ஆனால் தீர்வுகள் மேலே உருவாக்கப்படுகின்றன).

இ. பங்கேற்பு (அதாவது தீர்வுகள் ஒத்துழைப்புடன் மற்றும் நிறுவன மட்டங்களில் உருவாக்கப்படுகின்றன).

ஒரு நூற்றாண்டுக்குப் பிறகு, மக்கள், செயல்முறைகள் மற்றும் தகவல்களைக் கட்டுப்படுத்த இதற்கு முன்பு வேலை செய்தது இனி போதாது என்பது அங்கீகரிக்கப்பட்டது. இணக்கத்திற்கு பாரம்பரிய மேலாண்மை சிறந்தது, ஆனால் புதுமை மற்றும் வளர்ச்சிக்கு, மக்களை ஒரு புதிய மட்டத்தில் ஈடுபடுத்துவது அவசியம். மேலிருந்து கீழ் கட்டுப்பாடு என்பது கடந்த காலத்தின் ஒரு விஷயம். இன்றைய சூழலில்

குறிப்பு

வெற்றிபெற ஒரு மேலாண்மையின் போக்கு தேவைப்படுகிறது, அது ஊக்கமளிக்கும் மற்றும் பங்கேற்பாகும்.

எதிர்கால நிறுவனங்கள், தங்களின் மதிப்பை அதிகரிக்க, புதிதாக உருவாக்கம் மற்றும் இன்றைய வணிகச் சூழலில் பணியாளர்களை ஈடுபடுத்த போன்றவற்றை செயல்படுத்த முயற்சிக்க வேண்டும்.

திறனாய்வு

தொழிலாளர்களின் விமர்சனம்

அ. தொழிலாளர்களின் வேகத்தை அதிகரித்தல்: விஞ்ஞானம் சார்ந்த நிர்வாகம் என்பது தொழிலாளர்களின் உடல்நலம் மற்றும் நல்வாழ்வைப் பொருட்படுத்தாமல் விரைவுபடுத்தும் ஒரு சாதனம் மட்டுமே.

ஆ. தனிப்பட்ட பணியாளரின் முன்முயற்சியின் இழப்பு: விஞ்ஞானம் சார்ந்த நிர்வாகம் தொழிலாளர்களை தானியங்கி இயந்திரமாக நடத்துகிறது.

இ. சலிப்பு மற்றும் சோர்வில் ஏற்படும் சிக்கல்: திட்டமிடல் மற்றும் சிந்தனையின் செயல்பாட்டைச் செய்வதிலிருந்து பிரிப்பதன் மூலம், அறிவியல் சார்ந்த நிர்வாகம் வேலையை வழக்கமானதாக குறைக்கிறது.

ஈ. வேலைவாய்ப்பு குறைப்பு: அறிவியல் சார்ந்த நிர்வாகம் வேலையின்மையை உருவாக்கி தொழிலாளர்களை கடுமையாக பாதிக்கிறது.

உ. தொழிற்சங்கங்களை பலவீனப்படுத்துதல்: விஞ்ஞான முகாமைத்துவத்தின் கீழ், ஊதியங்கள் மற்றும் பணி நிலைமைகளின் முக்கியமான பிரச்சினைகள் விஞ்ஞான ரீதியாக நிர்வாகத்தால் தீர்மானிக்கப்படுகின்றன, மேலும் தொழிற்சங்கங்கள் இந்த விஷயத்தில் சிறிதளவே பேசுவற்கு அனுமதிக்கப்படுகிறது.

ஊ. தொழிலாளர்களின் சுரண்டல்: விஞ்ஞான சார்ந்த நிர்வாகம் தொழிலாளர்களின் சங்கங்கள் மூலம் உற்பத்தித்திறனை மேம்படுத்துகிறது. ஆனால் அத்தகைய முன்னேற்றம் ஏற்பட்டாலும் அவர்களுக்கு மிகக் குறைந்த ஊதிய பங்கு வழங்கப்படுகிறது.

குறிப்பு

எ. மறு அமைப்பு காரணமாக ஏற்படும் இழப்பு: அறிவியல் சார்ந்த நிர்வாகத்தை அறிமுகப்படுத்துவதற்கு தொழில்துறை அலகு முழுவதையும் அமைப்பதற்கான முழுமையான மறுசீரமைப்பு தேவைப்படுகிறது. அத்தகைய மறு அமைப்பை முடிக்க பணிகள் நிறுத்தப்பட வேண்டியிருக்கும்.

ஏ. சிறிய அளவிலான நிறுவனங்களுக்கு பொருத்தமற்றது: ஒரு தனி பணியாளர் துறையை நிறுவுதல் மற்றும் நேரம் மற்றும் இயக்க ஆய்வுகளை நடத்துதல் போன்ற பல்வேறு நடவடிக்கைகள் ஒரு சிறிய அல்லது மிதமான அளவு தொழில்துறை அலகுக்கு மிகவும் விலை உயர்ந்தவை.

7.9 பண்டைய நிர்வாகத்தின் கோட்பாடு

1920-களின் முற்பகுதியில், தொன்மையான நிர்வாகக் கோட்பாட்டாளர்களான ஃபிரடெரிக் டெய்லர், ஹென்றி காண்ட், மற்றும் ஃபிராங்க் மற்றும் லிலியன் கில்பிரெத் ஆகியோர் ஒரு குறிப்பிட்ட வேலை எவ்வாறு செய்யப்பட்டது, ஒரு பணியாளரால் பணியை முடிக்க என்ன நடவடிக்கைகள் எடுக்கப்பட்டது, என்பது பற்றியும் மற்றும் விலையை ஆய்வு செய்வதில் தங்கள் நேரத்தை செலவிட்டனர். வெவ்வேறு முறைகளைப் பயன்படுத்தி ஒரு பணியை முடிக்க ஒரு தொழிலாளி எடுக்கும் நேரம். ஒரு பணியை முடிப்பதற்கான மிகச் சிறந்த வழியைத் தீர்மானிக்க அவர்கள் இந்தத் தகவலைப் பயன்படுத்தினர். இந்த நபர்கள் உற்பத்தி பணிகளை திறம்பட முடிக்க சிறப்பு பணி செயல்முறைகள் மற்றும் தொழிலாளர் திறன்களை உருவாக்கும் அறிவியலில் கவனம் செலுத்திய அதே வேளையில், தொழிலாளர்கள் மீதான தீங்கு விளைவிக்கும் விளைவுகளுக்காக விமர்சகர்கள் தொன்மையான நிர்வாகக் கோட்பாட்டை ஆராயத் தொடங்கினர்.

தொன்மையான நிர்வாகக் கோட்பாட்டின் அடிப்படை அனுமானம் என்னவென்றால், மேலாளர்கள் மற்றும் தொழிலாளர்கள் தரப்படுத்தலுக்கான அவர்களின் அணுகுமுறைகளில் பாதியிலேயே சந்திப்பார்கள். இருப்பினும், வேலைகள் மற்றும் தொழிலாளர்கள் திறனை

அதிகரிக்க முக்கியத்துவம் கொடுப்பது இல்லை என்று பலர் நம்பினர். டெய்லரும் அவரது பின்பற்றுபவர்களும் நம்பியிருந்தனர், ஆனால் ஊழியர்கள் என்பவர் ஒரு இயந்திரத்திற்கான பிற்சேர்க்கையே தவிர வேறொன்றுமில்லை என்று அந்த நேரத்தில் மேலாளர்களிடையே ஒரு அணுகுமுறையை உருவாக்கினர். "இயந்திரங்கள் மற்றும் செயல்முறைகள் தரப்படுத்தப்படலாம், ஆனால் உணர்ச்சிவசப்பட்ட மனிதர்களிடையே அந்த தரப்படுத்தலை எதிர்பார்ப்பது நம்பத்தகாதது" டெய்லர் மற்றும் பிற பழமையான நிர்வாகக் கோட்பாட்டாளர்கள் தரநிலைப்படுத்தல் குறித்த தங்கள் பணியைத் தொடர்ந்தனர், மற்றவர்கள் தொழிலாளி குறித்து ஆராய்ச்சி செய்யத் தொடங்கினர், இதனால், நிர்வாகத்தில் புதுமையான கோட்பாடு பிறந்தது.

7.10 புதிய தொன்மை கோட்பாடு மேலாண்மை

புதிய தொன்மையான கோட்பாடு நடைமுறைகளால் ஏற்படும் சிக்கல்களைத் தீர்க்க நடத்தை சிந்தனைகளை, அறிவியல் சிந்தனையுடன் இணைப்பதை புதிய தொன்மையான கோட்பாடு விளக்கினார். நிறுவனங்களில் நன்மைகளைப் பெறுவதற்கு ஊழியர்களைப் பயன்படுத்துவதே நிர்வாகத்தின் பங்கு என்ற கருத்தை அடிப்படையாகக் கொண்டது. உற்பத்தி, கட்டமைப்புகள் அல்லது தொழில்நுட்பத்தில் கவனம் செலுத்துவதற்குப் பதிலாக, புதிய தொன்மையான கோட்பாடு ஊழியரிடம் அக்கறை கொண்டிருந்தது. புதிய தொன்மையான கோட்பாட்டாளர்கள், நிறுவனத்திற்குள் பணியாளர்களை ஊக்குவித்தல், கட்டமைத்தல் மற்றும் ஆதரவு தொடர்பான கேள்விகளுக்கு பதிலளிப்பதில் கவனம் செலுத்தினர்.

பிரபலமான ஹாவ்தோர்ன் ஆய்வுகள், பணியாளர்கள் உறவுகள் போன்ற சமூக காரணிகள் மேலாளர்கள் கருத்தில் கொள்ள வேண்டிய முக்கிய காரணியாக இருந்தன. எந்தவொரு மேலாளரும் தனது ஊழியர்களின் சமூகத் தேவைகளை கணக்கில் கொள்ளத் தவறினால், எதிர்ப்பையும் மற்றும் குறைந்த செயல்திறனையும் சமாளிக்க மேலாண்மையை எதிர்பார்க்கலாம் என்று நம்பப்பட்டது. ஊழியர்கள் தங்கள் வேலைகளில்

குறிப்பு

சில உள்ளார்ந்த மதிப்பைக் கண்டுபிடிக்க வேண்டியிருந்தது, அவை நிச்சயமாக மிகவும் தரப்படுத்தப்பட்ட வேலையிலிருந்து பெறவில்லை. பணியாளர்களை வேலை முக்கியத்துவங்களில் வைப்பதற்கு பதிலாக, சக ஊழியர்களுடன் எந்தவிதமான தொடர்பும் இல்லாமல் ஒரு நாளில் ஒரு குறிப்பிட்ட பணியை அவர்கள் நிறைவு செய்தால், அவர்களின் உற்பத்தித் திறன் குறைவதற்கான வாய்ப்புள்ளது. ஊழியர்கள் தங்கள் பணிகள், தகவல்கள் மற்றும் அறிவை ஒருவருக்கொருவர் அடிக்கடி பகிர்ந்து கொள்ளும்படி கட்டமைக்கப்பட்டல், சமூகமயமாக்கலுக்கான அவர்களின் தேவைகள் பூர்த்தி செய்யப்படும். இதனால் அவர்கள் அதிக உற்பத்தித் திறன் கொண்டவர்களாக இருப்பார்கள்.

7.10.1 புதிய தொன்மையான கோட்பாட்டின் இரண்டு இயக்கங்கள்

புதிய தொன்மையான கோட்பாடு ஒரு அமைப்பின் மனித வளத்தில் கவனம் செலுத்தும் அணுகுமுறைகளையும் கோட்பாடுகளையும் உள்ளடக்கியது. புதுமையான கோட்பாட்டின் இரண்டு முக்கிய ஆதாரங்கள் உள்ளன: மனித வள இயக்கம் மற்றும் ம்னித நடத்தை இயக்கம். மனித வள இயக்கம் பல சமூகவியலாளர்கள் மற்றும் சமூக உடலியல் வல்லுநர்களின் பணியிலிருந்து எழுந்தது, அவர்கள் ஒரு குழுவிற்குள் மக்கள் எவ்வாறு உறவை வளர்க்கிறார்கள் மற்றும் தொடர்பு கொள்கிறார்கள் என்பதில் தங்களை எவ்வாறு அக்கறை கொண்டுள்ளனர் என்பதை விளக்கியுள்ளனர். நடத்தை இயக்கம் என்பது ஊழியர்களின் தனிப்பட்ட நடத்தையில் கவனம் எவ்வாறு உள்ளடக்கியது என பல்வேறு உளவியலாளர்களால் விளக்கப்பட்டது.

7.11 மேலாண்மைக் கோட்பாட்டின் முக்கிய சிந்தனைப் பள்ளிகள்

மேலாண்மை ஆய்வுக்கான பல்வேறு அணுகுமுறைகள் பல்வேறு பிரிவுகளைச் சேர்ந்த நிபுணர்களால் முன்வைக்கப்பட்டன, அவை நிர்வாகம் சிந்தனைப் பள்ளிகள் என்று அழைக்கப்படுகின்றன.

குறிப்பு

மேலாண்மைக் கோட்பாட்டின் முக்கிய பள்ளிகள்

1. மேலாண்மைச் செயல்முறை பயிற்சிபள்ளி
2. அனுபவப் பயிற்சிபள்ளி
3. மனித நடத்தைகள் அல்லது மனித வளப் பயிற்சிபள்ளி
4. சமூக பயிற்சி பள்ளி
5. முடிவுக் கோட்பாட்டுப் பயிற்சிபள்ளி
6. கணித அல்லது அளவு சார்ந்த நிர்வாகப் பயிற்சிபள்ளி
7. முறைப்படுத்தப்பட்ட அணுகுமுறை பயிற்சிபள்ளி
8. உறுதியற்ற பின் நிகழ்வு (தற்செயல் நிகழ்வு) பயிற்சிபள்ளி

7.11.1 மேலாண்மைச் செயல்முறைப் பயிற்சி அல்லது செயல்பாட்டு அணுகுமுறைப் பயிற்சி பள்ளி

ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட குழுக்களில் செயல்படும் நபர்களுடன் விஷயங்களைச் செய்வதற்கான ஒரு செயல்முறையாக இந்த பயிற்சிபள்ளி மேலாண்மையை கருதுகிறது. ஹென்றி ஃபயோல் (ர்நசெல குயலழட) இந்த பயிற்சியின் தந்தை என்று அழைக்கப்படுகிறார். இதன்படி, அணுகுமுறை, பயிற்சி மேலாண்மையை உள்ளடக்கிய செயல்முறையின் அடிப்படையில் ஆய்வு செய்யலாம். மேலாண்மை என்பது கொள்கைகள் உலகளாவிய பயன்பாடு கொண்டவை. இந்த அணுகுமுறை பாரம்பரிய அணுகுமுறை, உலகளாவிய அணுகுமுறை அல்லது புதுமையான அணுகுமுறை என்றும் குறிப்பிடப்படுகிறது. இந்த பள்ளியைச் சேர்ந்த பிற பங்களிப்பாளர்கள் மற்றும் சிந்தனையாளர்கள் வில்லியம் நியூமன், சம்மர்ஸ், மெக்ஃபார்லேண்ட், ஹென்றி, ஜே.டி. மூனி, ஏ.சி. ரெய்லி, லியோண்டெல் உர்விக் மற்றும் ஹரோல்ட் கூன்ட்ஸ் ஆகியோர் ஆவர்.

7.11.2 செயலறிவுப் பயிற்சி அல்லது சுங்க நிர்வாகப் பயிற்சி பள்ளி

நிர்வாகத்திற்கான இந்த அணுகுமுறை நிர்வாக அனுபவத்தின் ஆய்வு, அனுபவத்திலிருந்து கற்றுக்கொள்ள எடுக்கப்பட்ட முயற்சிகள், பின்னர் அறிவை பயிற்சியாளர்கள் மற்றும் மாணவர்களுக்கு மாற்றுவது

குறிப்பு

என அடையாளம் கண்ட அறிஞர்களால் எடுக்கப்படுகிறது. பொதுவாக, இது முடிவெடுக்கும் ஆய்வு மூலம் செய்யப்படுகிறது. வெற்றிகரமான மேலாளர்களின் அனுபவத்தை அல்லது திறமையற்ற மேலாளர்களின் தவறுகளை பகுப்பாய்வு செய்வதன் மூலமும், மிகவும் பயனுள்ள நிர்வாக நுட்பங்களைப் பயன்படுத்துவதன் மூலமும் இந்த சிந்தனைப் பயிற்சி நடத்தப்படுகிறது. இந்த அணுகுமுறையின் முக்கிய பங்களிப்பாளர்கள் எர்னெஸ்ட் டேல், மூனி மற்றும் ரால்லே, உர்விக் மற்றும் அமெரிக்க நிர்வாகக் கழகம் போன்ற பல பிற நிர்வாகம் பயிற்சியாளர்கள் மற்றும் சங்கங்களும் உள்ளன.

அணுகுமுறையின் முக்கிய அம்சங்கள்:

1. மேலாண்மை என்பது நிர்வாக அனுபவங்களின் ஆய்வு.
2. மேலாண்மை அனுபவங்களை பயிற்சியாளர்களுக்கும் மாணவர்களுக்கும் தெரியப்படுத்தலாம்.
3. வெற்றிகரமான நுட்பங்களை எதிர்கால மேலாளர்களால் கூடுதலான குறிப்புகளுக்குப் பயன்படுத்தலாம்.
4. சிறந்த மேலாண்மைத்திற்கான நடைமுறை அனுபவங்களுடன் கோட்பாட்டு ஆராய்ச்சி இணைக்கப்படலாம்.

7.11.3 மனித வள அணுகுமுறை (அல்லது) மனித நடத்தைப் பயிற்சி பள்ளி

ஒரு குறிப்பிட்ட சூழ்நிலையில் ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட குழுக்களில் மனித நடத்தையில் மாற்றத்தை ஏற்படுத்தும் உளவியல் காரணிகளை இந்த பயிற்சி விளக்குகிறது. மேலாண்மை என்பது மக்கள் மூலமாக விஷயங்களைச் செய்வதை உள்ளடக்கியது என்பதையும், மேலாண்மை ஒருவருக்கொருவர் உறவுகளை மையமாகக் கொண்டிருக்க வேண்டும் என்பதையும் அடிப்படையாகக் கொண்டது. இந்த அணுகுமுறை மனித வளங்கள், தலைமை அல்லது நடத்தை அறிவியல் சார்ந்த அணுகுமுறை என்று அழைக்கப்படுகிறது. இந்த சிந்தனைப் பயிற்சியின் ஆதரவாளர்கள், தற்போதுள்ள மற்றும் புதிதாக உருவாக்கப்பட்ட கோட்பாடுகள், முறைகள் மற்றும் நுட்பங்களை சம்பந்தப்பட்ட சமூக அறிவியலின் உள் மற்றும் ஒருவருக்கொருவர் வெளித்தன்மை உறவுகள் பற்றிய ஆய்வுக்கு

குறிப்பு

பயன்படுத்த முற்படுகின்றனர். இது ஆளுமை இயக்கவியல் முதல் கலாச்சாரங்களின் உறவுகள் வரை மாறுபடுகிறது. இந்த பயிற்சி நிர்வாகத்தின் ஒரு பகுதி மற்றும் புரிந்துகொள்ளும் அம்சங்களை மக்களுக்கு வலியுறுத்துகிறது. இந்த பயிற்சியின் நோக்கம் தனிநபர் மற்றும் பின்பற்றுபவர்களின் உளவியல் மற்றும் சமூகவியலை சார்ந்தாக இருக்கும். இந்த பயிற்சியின் சிந்தனை வரம்பு (அ) மனித வளங்கள் பற்றிய ஆய்வு மற்றும் மேலாளர்கள் இந்த உறவுகளை எவ்வாறு புரிந்துகொண்டு பயன்படுத்த முடியும், (ஆ) ஒரு தலைவராக மேலாளரின் பங்கு மற்றும் அவர் மற்றவர்களை எவ்வாறு வழிநடத்த வேண்டும், (இ) குழு இயக்கவியல் மற்றும் ஒருவருக்கொருவர் தனிப்பட்ட உறவுகள் பற்றிய ஆய்வு.

7.11.4 சமூக அமைப்புப் பயிற்சி பள்ளி

இந்த சமூக சிந்தனைப் பயிற்சி பள்ளி மனித நடத்தைக்கு நெருக்கமான தொடர்புடையதாக உள்ளது. இது நிர்வாகத்தை ஒரு சமூக அமைப்பாகப் பார்க்கிறது, இது கலாச்சார உறவுமுறை அமைப்பைக் குறிக்கிறது. இவை முறையான நிறுவன உறவுகள் அல்லது எந்த வகையான மனித உறவுகளாகவும் இருக்கலாம். மேலாண்மைத்திற்கான இந்த அணுகுமுறை பொதுவாக சமூகம் சார்ந்ததாக உள்ளது. இது பல்வேறு சமூகக் குழுக்களின் கலாச்சார உறவுகளின் தன்மையை அடையாளம் காட்டுகிறது மற்றும் ஒருங்கிணைந்த அமைப்பாகக் காட்ட முயற்சிக்கிறது. இந்த பயிற்சியின் ஆன்மீக தந்தை ஒத்துழைப்பு கோட்பாட்டை உருவாக்கிய மறைந்த செஸ்டர் பர்னார்ட் (ஊாநளவநச டீயசயெசன) ஆவார். இந்த சிந்தனைப் பயிற்சி பள்ளியின் கவனம் ஒரு கூட்டுறவு அல்லது ஒத்துழைப்பு அமைப்பாக அமைப்பின் ஆய்வில் உள்ளது. ஒரு சமூக அமைப்பு என்பது குழுக்கள் எனப்படும் பல்வேறு சமூக துணை அமைப்புகளைக் கொண்ட ஒரு அலகு அல்லது நிறுவனம்.

7.11.5 முடிவுக் கோட்பாடுப் பயிற்சி பள்ளி

முடிவுக் கோட்பாட்டு அணுகுமுறை பகுத்தறிவு முடிவுக் கோட்பாட்டில் கவனம் செலுத்துகிறது, இது பல்வேறு சாத்தியமான மாற்றுகளிலிருந்து பொருத்தமான நடவடிக்கைகளைத் தேர்ந்தெடுப்பதைக்

குறிப்பு

குறிக்கிறது. முடிவெடுக்கும் நபர் அல்லது நிறுவன குழுவுடன் அல்லது முடிவெடுக்கும் செயல்முறையின் பகுப்பாய்வுடன் இந்த அணுகுமுறை முடிவுகளை தானே கையாளலாம். மாற்று வழிகளை மதிப்பிடுவதற்கான செயல்முறைக்கு அப்பால் பார்வையை விரிவாக்குவதன் மூலம், நிறுவன கட்டமைப்பின் தன்மை, தனிநபர்கள் மற்றும் குழுக்களின் உளவியல் மற்றும் சமூக எதிர்வினைகள் மற்றும் குறிக்கோள்கள், தகவல் தொடர்பு சாதனங்கள் மற்றும் ஊக்கத்தொகைகள் தொடர்பாக மதிப்புக் கருத்தாய்வுகளின் பகுப்பாய்வு ஆகியவற்றை ஆய்வு செய்ய பலர் கோட்பாட்டைப் பயன்படுத்துகின்றனர். முடிவெடுப்பதற்கான அறிவியல் அணுகுமுறை பின்வரும் சில காரணிகளை உள்ளடக்கியது:

1. சிக்கலை வரையறுத்தல்
2. தொடர்புடைய அனைத்து தகவல்களையும் சேகரித்தல்
3. மாற்று வழிகளை உருவாக்குதல்
4. அனைத்து மாற்று மற்றும் தீர்வுகளையும் ஆராய்தல்
5. தீர்வுகளை சோதித்தல் (உங்களால் முடியும் என்றால்)
6. ஒரு வழிமுறையைத் தேர்ந்தெடுப்பது
7. செயலை செயல்படுத்துதல்
8. செயலின் முடிவுகளை மதிப்பீடு செய்தல்

7.11.6 கணிதப் பயிற்சி பள்ளி

இந்த பயிற்சி பள்ளியின் கோட்பாட்டாளர்கள் மேலாண்மையை கணித மாதிரிகள் மற்றும் செயல்முறைகளின் அமைப்பு என்று விளக்குகின்றனர். கணிதப் பயிற்சியின் அணுகுமுறையின்படி, முடிவெடுப்பது என்பது ஒரு தர்க்கரீதியான செயல்முறையாகும், இது கணித வரைபடங்கள் மற்றும் தொடர்புகளின் அடிப்படையில் வெளிப்படுத்தப்படலாம். இந்த அணுகுமுறை ஒரு சிக்கலை வரையறுக்க ஆய்வாளரை கட்டாயப்படுத்துகிறது மற்றும் சிக்கலான நிகழ்வுகளை தீர்க்க ஒரு சக்திவாய்ந்த கருவியை வழங்கும் சரியான முறை மூலம் குறியீடுகளை அமைக்க அனுமதிக்கிறது.

குறிப்பு

நவீன மேலாளர்கள் பொதுவாக பின்வரும் சில சிக்கல்களை எதிர்கொள்ளக்கூடும்:

1. நிறுவன கட்டமைப்புகளின் அளவு மற்றும் சிக்கலான அதிகரிப்பு
2. காகித வேலைகளில் அதிகரிப்பு, இது உற்பத்தி செய்யும் திறனைக் கட்டுப்படுத்துகிறது
3. தொடர்பு சிக்கல்கள்
4. முடிவெடுக்கும் பகுதிகளில் உடனடி நிர்வாக பதிலளித்தலின் தேவை, இதற்கு புதுப்பித்த, துல்லியமான மற்றும் விரிவான தகவல்கள் தேவை
5. குறைவான பட்ஜெட்டுகளுடன் நிர்வாகத்தின் கோரிக்கைகளில் அதிகரிப்பு
6. அரசு மற்றும் வணிக கட்டமைப்புகளால் கையாளப்பட வேண்டிய நபர்களின் எண்ணிக்கையில் அதிகரிப்பு.

7.11.7 முறைப்படுத்தப்பட்ட அணுகுமுறை பயிற்சி பள்ளி

இந்த பயிற்சி பள்ளி 1960-களின் பிற்பகுதியில் உருவாக்கப்பட்டது. இது ஒரு ஒருங்கிணைந்த அணுகுமுறையாகும், இது அனுபவ தரவின் அடிப்படையில் நிர்வாகத்தை அதன் மொத்தத்தில் கருதுகிறது. இந்த அணுகுமுறையின்படி, பிற துணை அமைப்புகளிலிருந்து தனிமைப்படுத்தப்பட்ட ஒரு துணை அமைப்பின் ஒட்டுமொத்த செயல்திறன் குறித்து கவனம் செலுத்தப்பட வேண்டும். ஒரு முக்கிய அமைப்பின் செயல்திறனைப் பற்றிய பார்வையில் இருந்து, பல்வேறு துணை அமைப்புகள் ஒன்றுக்கொன்று சார்ந்திருத்தல் மற்றும் ஒன்றுக்கொன்று தொடர்பிலிருத்தல் என்பதே முக்கியத்துவம் வாய்ந்தது. அதன் அத்தியாவசிய அம்சங்கள் பின்வருமாறு:

1. ஒரு அமைப்பில் பல துணை அமைப்புகள், பாகங்கள் மற்றும் துணைப்பகுதிகள் உள்ளன.

2. அனைத்து துணை அமைப்புகள், பாகங்கள் மற்றும் துணைப்பகுதிகள் ஒருவருக்கொருவர் பரஸ்பரம் தொடர்புடையவை. ஒரு பகுதியின் மாற்றம் மற்ற பகுதிகளின் மாற்றங்களை பாதிக்கும்.

குறிப்பு

3. அமைப்புகளின் அணுகுமுறை ஒருவருக்கொருவர் தனிமைப் படுத்தப்படுவதைக் காட்டிலும், அவற்றின் தொடர்புகளில் பல்வேறு பகுதிகளை ஆய்தறிவதை வலியுறுத்துகிறது.

4. நிர்வாகத்திற்கான அமைப்புகளின் அணுகுமுறை நிஜ வாழ்க்கை நிர்வாக பிரச்சனைகளின் சிக்கலை மற்ற அணுகுமுறைகளை விட மிகக் கூர்மையாக வெளிப்படுத்துகிறது.

5. இதை வேறு எந்த நிர்வாகச் சிந்தனைப் பயிற்சியும் பயன்படுத்தலாம்.

ஒரு அமைப்பின் எல்லை இரண்டு பகுதிகளாக வகைப்படுத்தப்படலாம்:

1. வெளிப்புற தொடர்பற்ற மூடிய அமைப்பு. இந்த பகுதி வெளிப்புற அமைப்புகள் எதுவும் இணைக்கப்படக் கூடாது என்பதைக் குறிக்கிறது.

2. திறந்த அமைப்பு வெளிப்புற தொடர்புள்ளவை. இவை, அதன் தொடர்புடைய, பரிமாற்றம் மற்றும் வர்த்தக அமைப்புகளை வைத்திருப்பதைக் குறிக்கிறது.

7.11.8 எதிர்பாராத அணுகுமுறைக்கான மேலாண்மைப் பயிற்சி பள்ளி

மேலாண்மையின் எதிர்பாராத அணுகுமுறை நிர்வாகம் என்பது மிகவும் நடைமுறை சார்ந்த மற்றும் செயல் நிரம்பிய ஒழுக்கம் என்பதை வலியுறுத்துகிறது. நிர்வாக முடிவுகள் மற்றும் செயல்கள் முன்முயற்சிகள் கொள்கைகள் பற்றிய அல்லாமல், நடைமுறை விவாத விஷயங்களாக அறியப்படுகின்றன. நிறுவனங்கள் மற்றும் மேலாளர்களின் சூழல் மிகவும் சிக்கலானது, நிச்சயமற்றது, எப்போதும் மாறக்கூடியது மற்றும் மாறுபட்டது. அவர்களின் நுட்பங்கள், செயல்முறைகள் மற்றும் நடைமுறைகளைப் பின்பற்றுவதற்கு முன்பு அவர்கள் செயல்படும் சூழல்களை பகுப்பாய்வு செய்து புரிந்துகொள்வது மேலாளர்களின் அடிப்படை செயல்பாடாகும். அணுகுமுறைகளின் தேர்வு மற்றும் அவற்றின் செயல்திறன் சூழ்நிலை மாறிகளின் நடத்தை மற்றும் இயக்கவியல் ஆகியவற்றில் தொடர்புடையதாக உள்ளது. ஆனால், விஷயங்களைச் செய்வதற்கான உலகளாவிய சரியான வழியில் யாரும் இல்லை. மேலாண்மை வரையறைகள் மற்றும் கோட்பாடுகள் தீர்மானகரமானவை. அதே நேரத்தில் நிகழ்வுகளின் வேகம், முறை

மற்றும் நடத்தை ஆகியவை தீர்மானமான அல்லது உறுதியான அணுகுமுறைகளை மீறுகின்றன. ஒரு குறிப்பிட்ட சூழ்நிலையில் ஏற்றுக்கொள்ளக் கூடியவை மற்றும் வேறு சில சூழ்நிலைகளில் ஒரே மாதிரியாக இருக்க வேண்டியதில்லை.

குறிப்பு

7.12 உங்களுடைய முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்கவும்

1. நிர்வாகத் தன்மையில் ஏதேனும் ஐந்தைக் குறிப்பிடவும்?
2. நிர்வாகத்தின் நோக்கத்தை நிருபிக்கவும்?
3. நிர்வாகத்தின் ஏதேனும் நான்கு பண்புகளை விளக்குங்கள்?
4. புதுமைக் கோட்பாட்டின் இரண்டு இயக்கங்களைப் பற்றி ஒரு சுருங்கக் கூறவும்.
5. நவீன மேலாளர்கள் எதிர்கொள்ளும் ஏதேனும் ஐந்து பிரச்சினைகளைக் குறிப்பிடவும்?

7.13 குறுகிய பதில்களுக்கான கேள்விகள்

1. நிர்வாகத்தைப் பற்றி வரையறுக்கவும்.
2. நிர்வாகத்தின் தன்மையைக் குறிப்பிடுங்கள்.
3. நிர்வாகத்தின் செயல்பாடுகள் யாவை? ஏதேனம் ஐந்தைக் குறிப்பிடவும்.
4. நிர்வாகத்தின் ஏதேனும் ஐந்தைப் பண்புகளை விளக்குங்கள்.
5. நிர்வாகம் குறித்த தொழிலாளியின் விமர்சனத்தை விவரிக்கவும்.
6. நிர்வாகத்தின் எதிர்பாராத அணுகுமுறை பயிற்சி குறித்து ஒரு சிறு குறிப்பைக் கொடுங்கள்.

7.14 நீண்ட பதில்களுக்கான கேள்விகள்

1. நிர்வாகத்தின் தன்மையை விளக்குங்கள்.
2. நிர்வாகத்தின் நோக்கத்தை தெளிவுபடுத்துங்கள்.
3. நிர்வாகத்தின் முக்கியத்துவத்தைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

குறிப்பு

4. நிர்வாகச் சிந்தனையின் மதிப்பீட்டை விவரிக்கவும்.
5. மேலாண்மைக் கோட்பாட்டின் ஏதேனும் மூன்று பெரிய பயிற்சி பற்றி விளக்குக.
6. நிர்வாகத்தின் புதுமையான கோட்பாட்டைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

7.15 உங்களுடைய முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்கும் பதில்கள்

1. உலகளாவிய செயல்முறை: மனித செயல்பாட்டில் எப்போதுமே நிர்வாகம் உள்ளது. திறமையான நிர்வாகம் இல்லாமல், நிறுவனத்தின் நோக்கங்களை அடைய முடியாது.

2. உற்பத்தியின் காரணி: உழைப்பு மற்றும் மூலதனத்தைப் பயன்படுத்த தகுதிவாய்ந்த மற்றும் திறமையான மேலாளர்கள் அவசியம்.

3. இலக்கு சார்ந்தவை: அனைத்து நிர்வாக நடவடிக்கைகளின் மிக முக்கியமான குறிக்கோள் ஒரு நிறுவனத்தின் நோக்கங்களை நிறைவேற்றுவதாகும். இலக்குகள் யதார்த்தமானதாகவும் அடையக்கூடியதாகவும் இருக்க வேண்டும்.

4. சிந்தனை மற்றும் செயலில் உச்சம்: மேலாளர்கள் தீர்மானித்த குறிக்கோள்களை அமைத்த பின்னர் அதனை அடைய நடைமுறை படுத்த வேண்டும்

5. குழு செயல்பாடு: ஒருங்கிணைந்த உற்பத்தித்திறனின் அதிகபட்ச நிலைகளை அடைய அனைத்து மனித மற்றும் மனித வளங்களும் திறமையாக ஒருங்கிணைக்கப்பட வேண்டும். ஒருங்கிணைப்பு இல்லாமல், எந்த வேலையும் முழுமையடையாது, குழப்பமும், தேக்கநிலையும் இருக்கும்.

6. நிர்வாகம் பல பகுதிகளை உள்ளடக்கியது. பொதுவாக நிர்வாகத்தின் வகைகளின் நோக்கம் இரண்டு தலைப்புகளில் இருக்கும்.

நிர்வாகத்தின் பொருள்

நிர்வாகத்தின் செயல்பாட்டு பகுதிகள்

நிர்வாகத்தின் பொருள்: திட்டமிடல், ஒழுங்கமைத்தல், இயக்குதல், ஒருங்கிணைத்தல் மற்றும் கட்டுப்படுத்துதல் ஆகியவை நிர்வாகத்தின் விஷயத்தில் சேர்க்கப்பட்ட நடவடிக்கைகள்.

குறிப்பு

நிர்வாகத்தின் செயல்பாட்டு பகுதிகள் பின்வருமாறு:

• நிதி நிர்வாகம் - கணக்கியல், பட்ஜெட் கட்டுப்பாடு, தர கட்டுப்பாட்டு, நிதித் திட்டமிடல் மற்றும் ஒரு நிறுவனத்தின் ஒட்டுமொத்த நிதி நிர்வாகம் அடங்கும்.

• பணியாளர் நிர்வாகம் - பணியாளர்களின் தேர்வு, பயிற்சி, பரிமாற்ற, பதவி உயர்வு, பதவிக் குறைப்பு, ஓய்வு, விலக்குதல், தொழிலாளர் நலன் மற்றும் சமூக பாதுகாப்பு, தொழில்துறை தொடர்புகள் ஆகியவை அடங்கும்.

• கொள்முதல் நிர்வாகம் - மூலப் பொருட்களுக்கான ஒப்பந்தப்புள்ளி உருவாக்குவது, உத்தரவு பிறப்பிப்பது, ஒப்பந்தங்களை ஏற்பது மற்றும் பொருட்கள் கட்டுப்பாடு ஆகியவை அடங்கும்.

• உற்பத்தி நிர்வாகம் - உற்பத்தி திட்டமிடல், தயாரிப்புக் கட்டுப்பாடு நுட்பங்கள், தர கட்டுப்பாட்டு, நேரம் மற்றும் இயக்க ஆய்வுகள் அடங்கும்.

• பராமரிப்பு நிர்வாகம் - சரியான பராமரிப்பு மற்றும் கட்டிடங்கள், இயந்திரத் தொகுதிகள் மற்றும் சாதனங்கள் பராமரிப்பில் ஈடுபடுத்துகிறது.

3. நிர்வாகம் என்பது உலகளாவியது: நிர்வாகத்தின் கொள்கைகள் மற்றும் நுட்பங்கள் உலகளாவிய பயன்பாட்டைக் கொண்டுள்ளன. அவை கடினமானவை அல்ல. வெவ்வேறு சூழ்நிலைகளில் அவற்றை மாற்றியமைக்கலாம் மற்றும் பயன்படுத்தலாம்.

நிர்வாகம் என்பது இலக்கு சார்ந்ததாகும்: மனித, உடல் மற்றும் நிதி ஆதாரங்களைப் பயன்படுத்துவதில் செயல்திறன் மற்றும் பொருளாதாரத்தை உறுதி செய்வதே நிர்வாகத்தின் அடிப்படை குறிக்கோள். நிர்வாக வெற்றி என்பது எந்த அளவிற்கு நோக்கங்களை

அடைகிறது என்பதன் அடிப்படையில் அளவிடப்படுகிறது. இதனால் நிர்வாகம் நோக்கம் கொண்டது.

குறிப்பு

4. புதுமையான கோட்பாடு ஒரு அமைப்பு என்பது மனித வளத்தில் கவனம் செலுத்தும் அணுகுமுறைகளையும் கோட்பாடுகளையும் உள்ளடக்கியது. புதுமையான கோட்பாட்டின் இரண்டு முக்கிய ஆதாரங்கள் உள்ளன: மனித வள இயக்கம் மற்றும் மனித நடத்தை இயக்கம். மனித வள இயக்கம் பல சமூகவியலாளர்கள் மற்றும் சமூக உடலியல் வல்லுநர்களின் பணியிலிருந்து எழுந்தது, அவர்கள் ஒரு குழுவிற்குள் மக்கள் எவ்வாறு உறவை வளர்க்கிறார்கள் மற்றும் தொடர்பு கொள்கிறார்கள் என்பதில் தங்களை அக்கறை கொண்டுள்ளனர். நடத்தை இயக்கம் ஊழியர்களின் தனிப்பட்ட நடத்தையில் கவனம் செலுத்திய பல்வேறு உளவியலாளர்களால் விளக்கப்பட்டது.

5. நவீன மேலாளர்கள் பொதுவாக பின்வரும் சில சிக்கல்களை எதிர்கொள்ளக்கூடும்: காகித வேலைகளில் அதிகரிப்பு, இது உற்பத்தி செய்யும் திறனைக் கட்டுப்படுத்துகிறது. தொடர்பு சிக்கல்கள் முடிவெடுக்கும் பகுதிகளில் உடனடி நிர்வாக பதிலளித்தலின் தேவை இதற்கு புதுப்பித்த, துல்லியமான மற்றும் விரிவான தகவல்கள் தேவை குறைவான பட்ஜெட்டுகளுடன் நிர்வாகத்தின் கோரிக்கைகளில் அதிகரிப்பு.

பகுதி - 8

அங்காடி (சந்தை) மதிப்பீடு

அமைப்பு:

8.1 அறிமுகம்

8.2 அங்காடியின் மதிப்பீடு

8.3 அங்காடி மதிப்பீடுகளின் முக்கியத்துவம்

8.4 அங்காடியின் மதிப்பீட்டுத் தேவை

குறிப்பு

8.1 அறிமுகம்

ஒரு தொழில்முனைவோர், அங்காடியில் ஒரு புதிய தயாரிப்பை அறிமுகப்படுத்த விரும்புகிறார். இந்த தயாரிப்புக்கான தேவை மற்றும் அதன் விற்பனை ஆகியவற்றை அவர் அறிந்திருக்க வேண்டும். அது அங்காடி மதிப்பீட்டின் தேவை மற்றும் விற்பனை முன்கணிப்பு ஆகியவற்றைப் புரிந்துகொள்ள உதவுகிறது. அங்காடி மதிப்பீட்டின் செயல்முறை மற்றும் முக்கியத்துவத்தைப் புரிந்துகொள்வோம்.

8.2 அங்காடியின் மதிப்பீடு

அங்காடியின் மதிப்பீடு அல்லது அங்காடி பகுப்பாய்வு என்பது ஒரு புதிய தயாரிப்பு அல்லது சேவை அல்லது யோசனை தொடங்கப்பட

குறிப்பு

வேண்டிய அங்காடியில் உள்ள திறனைப் பற்றிய ஒரு முக்கியமான ஆய்வு ஆகும். இது தொழில்முனைவோருக்கு அங்காடிகளின் தேவைகள் மற்றும் அவர் எதிர்கொள்ளக்கூடிய தடைகள் மற்றும் ஆபத்துகள் குறித்த பாடத்தை கற்பிக்கிறது. எனவே தொழில்முனைவோர் தனது உத்திகளை மாற்றியமைத்து ஒரு வரைபடத்தை அல்லது வளர்ச்சியடையும் திட்டத்தை உருவாக்க முடியும். ஒரு தொழில்முனைவோர் ஒரு புதிய அங்காடியில் நுழைவதற்கும், ஒரு புதிய தயாரிப்பைத் தொடங்குவதற்கும், புதிய முதலீட்டைச் செய்வதற்கும் திட்டமிட்ட போதெல்லாம், அவர் அங்காடி மதிப்பீட்டை நடத்த வேண்டும். ஒரு புதிய தயாரிப்பு அல்லது திட்டம் போதுமான ஆராய்ச்சி இல்லாமல் தொடங்கப்பட்டால் அது மோசமாக தோல்வியடையும்.

பின்வருபவை அங்காடி ஆராய்ச்சியின் செயல்முறையை விளக்குகிறது.

1. பிரச்சனைகளை வரையறுத்தல்

சந்தையின் முதல் படி, ஆராய்ச்சி திட்டத்திற்கான நோக்கங்கள் தெளிவாக வரையறுக்கப்படுகின்றன. அங்காடி நடவடிக்கை மிகவும் முக்கியமானது, எனவே போதுமான நேரம், பணம் மற்றும் ஆற்றல் அதற்காக செலவிடப்பட வேண்டும். பெரும்பாலும் தொழில்முனைவோர் தவறான விஷயத்தில் ஆராய்ச்சி செய்து ஏராளமான வளங்களை வீணாக்குகிறார்கள்.

2. சூழ்நிலையை பகுப்பாய்வு செய்தல்

சந்தை தொடர்பான கேள்விகளின் தகவல்கள் கிடைப்பது முறைசாரா கணக்கெடுப்பாகும். சந்தை பற்றிய தகவலறிந்த நபர்கள், தொழில் துறை அனுபவம், நிபுணத்துவம் உள்ளவர்களுடன் தொடர்புகொள்வதைக் குறிக்கும். கணக்கெடுப்பை நடத்தும் நபர்கள் சுற்றுச்சூழல் மற்றும் தொழில் பற்றி அறிமுகமில்லாதவர்களாக இருந்தால், அவர்கள் தங்களை அறிமுகப்படுத்திக் கொள்ள நேரம் ஒதுக்க வேண்டும். பிரச்சனையுள்ள இடங்களைப் பற்றிய தெளிவான புரிதல் அவசியம்.

குறிப்பு

3. தொடர்புடைய (தகவல்) தரவுகளை சேகரித்தல்

அங்காடி பற்றிய மதிப்பீடு இந்த நேரத்தில் முதன்மை (தகவல்)தரவு மதிப்பீட்டிற்காக சேகரிக்கப்படுகிறது. ஒரு புதிய தயாரிப்பு அல்லது திட்டத்திற்கு உண்மையான வாடிக்கையாளரின் எதிர்வினை மற்றும் கருத்துகளைப் பெறுவதே இதன் நோக்கம்.

அங்காடி பற்றியத் தரவைச் சேகரிக்க பல வழிகள் உள்ளன. ஒரு இணையதள கணக்கெடுப்பு அல்லது ஆராய்ச்சியை நேரில் செய்ய வேண்டும். கேள்விகள் தரமான மற்றும் அளவான பதில்களைக் கொண்டிருக்க வேண்டும்.

4. (தகவல்)தரவு பற்றிய விளக்கம்

அங்காடி மதிப்பீட்டின் செயல்முறைக்கு மூலமான முழுமையற்ற தரவு பயனுள்ளதாக இருக்காது. தரவு இப்போது பகுப்பாய்வு செய்யப்பட்டு விளக்கப்பட வேண்டும். முந்தைய படியில் உள்ள கேள்விகளின் சிக்கலானது இந்த படியின் நோக்கத்தை வரையறுக்கும். அங்காடி பற்றிய நடவடிக்கையை மேற்கொள்ள நிபுணர்கள் மற்றும் தகுதி வாய்ந்த வல்லுநர்கள் தேவை. ஏனெனில் இந்த கட்டத்தில் ஏதேனும் தவறுகள் இருந்தால் உங்களுடைய முழு திட்டமும் அழிக்கப்படும். வரையறுக்கப்பட்ட சிக்கலைத் தீர்ப்பதற்கான திட்டத்தை உருவாக்க உதவும் வகையில் தரவைப் பயன்படுத்துவதும் அதை பகுப்பாய்வு செய்வதும் இதன் நோக்கம்.

5. பிரச்சனைகளைத் தீர்த்தல்

முந்தைய நிலைகள் பிரச்சனைகளின் கண்டுபிடிப்புகள் இப்போது தேவையான சந்தைப்படுத்தல் முடிவுகளை எடுக்க பயன்படுத்தப்படுகிறது. விளக்கப்பட்ட தரவு குறிக்கோளை அடைய முடிவுகளின் அடிப்படையை உருவாக்க வேண்டும். முடிவுகளை எடுக்க தரவு உதவவில்லை என்றால், மதிப்பீடு தோல்வியடைந்ததாக கருதப்படும்.

6. சந்தைப்படுத்தல் திட்டம்

குறிப்பு

திட்டத்தின் குறிக்கோள்களை அடைய உதவும் சந்தைப்படுத்தல் திட்டத்தை உருவாக்க முந்தைய அனைத்து படிகளிலிருந்தும் கண்டுபிடிப்புகள் பயன்படுத்தப்பட வேண்டும். இந்தத் திட்டம் ஒவ்வொருவருடைய தயாரிப்பு அல்லது சேவைக்கு ஏற்றவாறு செய்யப்பட வேண்டும். செயல்முறையின் முடிவில், அங்கீகரிக்கப்படாத சில சிக்கல்களைக் காணலாம். எனவே இறுதி சந்தைப்படுத்தல் திட்டம் தொழில்முனைவோருக்கு தனது புதிய தயாரிப்பு வெளியீட்டை வெற்றிகரமாக சந்தையை அடைய உதவும்.

8.3 அங்காடி மதிப்பீடுகளின் முக்கியத்துவம்

இன்றைய தயாரிப்புகள் அதிகரித்துள்ள நிலையில் நெருக்கமான மற்றும் போட்டி நிறைந்த அங்காடி இருக்க தங்களுடைய இடத்தை நிலைநிறுத்த இடைவிடாத அழுத்தத்தில் தொழில்முனைவோர் உள்ளனர். புதிய தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகளை நுகர்வோரின் வாழ்க்கையுடன் எவ்வாறு இணைக்கிறார்கள் என்பதைப் புரிந்துகொள்ள வர்த்தக பெயர்கள் தேவை படுகிறது. அங்காடியைப் புரிந்துகொள்வதன் மூலமும், நுழைவு அல்லது வளர்ச்சிக்கான சவால்கள் அல்லது தடைகள் குறித்த நிலையான விழிப்புணர்வைப் பேணுவதன் மூலமும், வணிகங்கள் தரவைக் கொண்டுள்ளன.

அங்காடி மற்றும் வாய்ப்பு மதிப்பீட்டின் வழக்கமான வெளியீடுகள் வருமாறு:

அங்காடி அளவு மற்றும் வளர்ச்சி கணிப்புகள்

தொழில் மற்றும் துறை சார்ந்த தேவையின் மதிப்பீடுகள்

போட்டியிடும் இடம் (கிராமம் ∴ நகரம்)

SWOT - வலிமை பலவீனம் வாய்ப்புகள் மற்றும் மதிப்பீடு

அங்காடித் தேவைகள் மற்றும் நுழைவதற்கான தடைகள்

அங்காடியைச் சென்றடைவதற்கான திட்டம்

வாய்ப்புகள் மற்றும் இடர்பாடுகள் ∴ அபாயங்களை அடையாளம் காண அங்காடி மதிப்பீடுகள் மற்றும் வாய்ப்புகளை பயன்படுத்தப்படுகின்றன.

சலுகையை உருவாக்குவதற்கு அல்லது விரிவாக்குவதற்கு முன்பு தொழில்துறைகள் அங்காடியை நன்குப் புரிந்து கொள்ள வேண்டும்.

குறிப்பு

- அங்காடி மற்றும் வாய்ப்பு மதிப்பீட்டு ஆராய்ச்சி பின்வருவனவற்றை ஆராய்கிறது.
- அங்காடியின் அளவு மற்றும் வளர்ச்சி
- பிரிவுகள் மற்றும் இலக்குகள்
- அங்காடியின் போக்குகள் மற்றும் அங்காடியை இயக்குபவர்கள்
- முக்கிய போட்டியாளர்கள்
- அங்காடியினுள் பாதிக்கும் பகுதிகள் மற்றும் நிறைவேறாத தேவைகள்
- அங்காடியின் தயார்நிலை
- வாணிப சுழற்சிகளை (டீரளளைநௌள ஊலஉடநு) எதிர்கொண்டு வரலாற்றை உருவாக்குதல்

8.4 அங்காடியின் மதிப்பீட்டுத் தேவை

1. வாடிக்கையாளர்கள் மற்றும் போட்டி பற்றி அறிந்து கொள்ள ஆராய்ச்சி செய்யப்படுகிறது

பல நிலைகளில் வாடிக்கையாளர்களையும் போட்டியாளர்களையும் பகுப்பாய்வு செய்ய அங்காடி ஆராய்ச்சி பயன்படுத்தப்படுகிறது. ஒரு தயாரிப்பு / சேவைக்கான தேவை உண்மையானதா மற்றும் சாத்தியமானதா என்று புதிய அங்காடியை விரிவாக்கம் செய்வது ஒரு நிறுவனத்திற்கு பயனுள்ளதா என்பதை மதிப்பீடு செய்ய நிகழ்காலம் உதவும். வாடிக்கையாளர்களின் வயது, பாலினம், கல்வி, வருமானம், தொழில், வசிக்கும் இடம், அல்லது வாழ்க்கை முறை மற்றும் மதிப்புகள் போன்ற பொதுவாக மாறக்கூடிய குறிக்கோள்களை அடைய அடையாளம் காணப்படுகின்றன. தொழில்முனைவோர் தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளை வேறுபடுத்துவதற்கு, போட்டியாளர்கள் தங்கள் பலங்கள்

மற்றும் பலவீனங்களை மதிப்பிட்டு, குறிப்பிட்ட வளர்ச்சி உத்திகள் மற்றும் வழிகளை உருவாக்குகின்றனர்.

குறிப்பு

2. அங்காடியின் உயர் மட்டத்தை அடைவது

வாடிக்கையாளர்களையும் போட்டியாளர்களையும் மதிப்பீடு செய்வது போதாது. அங்காடியை முழுமையாக புரிந்துகொண்டு, சாத்தியமான வெற்றியை கணிப்பது அவசியம். உண்மையில் அதிக வளம் இருந்தபோதிலும், ஒருசில சதவிகித புள்ளிகளின் அதிகரிப்பு போதுமானது என்று நினைத்தால், அமைப்பில் பின்னடைவு ஏற்படும். அங்காடி ஆய்வாளர்கள் ஒட்டுமொத்த நோக்கத்தை வழங்குவதில் நிபுணர்களாக உள்ளனர், மேலும் நிறுவன வளர்ச்சியடையும் சிந்த்னையிலிருந்து விலகிச் செல்ல இது உதவும்.

அங்காடியை பகுப்பாய்வு செய்யும் போது, பின்வரும் உயர் மட்ட கேள்விகள் முக்கிய பங்கு வகிக்கின்றன.

1. அங்காடி அளவு என்ன?
2. அங்காடி எவ்வளவு வேகமாக விரிவடைகிறது அல்லது சுருங்குகிறது?
3. வாங்குபவர்கள் எத்தனை பேர் உள்ளனர்?
4. நுழைவதற்கு என்ன தடைகள் உள்ளன?
5. வர்த்தகத்தில் பேரம் பேசும் சக்தி என்ன?
6. தொழில் தொடர்பு மதிப்பு என்றால் என்ன?
7. போட்டியின் தீவிரம் என்றால் என்ன?
8. புதிய நுழைபவர்கள் அல்லது மாற்று தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகளுக்கு அச்சுறுத்தல் உள்ளதா?

3. அருகிலுள்ள வாய்ப்புகளை வெளிக்கொணர்தல்

வளர்ச்சியின் அருகிலுள்ள வாய்ப்புகளைப் பின்தொடர்வதும் ஒரு வெற்றிகரமான திட்டம். 1,850 நிறுவனங்களின் வளர்ச்சி மற்றும் செயல்திறனை ஆராய்ச்சியாளர்கள் ஐந்தாண்டு ஆய்வு செய்தனர். மிகவும் நீடித்த லாபகரமான வளர்ச்சியைக் கொண்ட நிறுவனங்கள் தங்கள் முக்கிய வணிகத்தின் எல்லைகளை அருகிலுள்ள இடத்திற்கு விரிவுபடுத்துவதற்கு முறையான, ஒழுக்கமான அணுகுமுறையைப் பயன்படுத்துகின்றன என்பதை அவர்கள் கண்டறிந்தனர். சில

நிறுவனங்கள் ஒரு புவியியல் அங்காடியிலிருந்து மற்றொன்றுக்கு விரிவாக்குதல், மற்றவர்கள் ஏற்கனவே இருக்கும் வணிக மாதிரியை அருகிலுள்ள பகுதிகளுக்குப் பயன்படுத்துகின்றனர். ப்ராக்டர் ரூ கேம்பிளின் க்ரெஸ்ட் பற்பசை வர்த்தகத்தை உதாரணமாக எடுத்துக் கொள்ளுங்கள். 1990-களின் பிற்பகுதியில், க்ரெஸ்ட் சுறுசுறுப்பாக இருந்தது, ஆனால் ப்ரொக்டர் ரூ கேம்பிள் க்ரெஸ்ட் ஒயிட் ஸ்ட்ரிப்ஸ் மற்றும் ஸ்பின் பிரஷ் அறிமுகத்துடன் பற்களை வெண்மையாக்குதல் மற்றும் துலக்குதல் ஆகிய இரண்டு வகைகளாக மாற்றுவதன் மூலம் பிராண்டை புதுப்பித்தது. ஒரே மார்க்கெட்டிங் கட்டமைப்பைக் கொண்ட அதே வாடிக்கையாளர்களை அடைய நிறுவனம் அதே சேனல்களைப் பயன்படுத்தியது மற்றும் ஒரு வருடத்தில் ஒவ்வொரு புதிய பிராண்டிற்கும் 200 மில்லியனுக்கும் அதிகமான புதிய விற்பனையைச் சேர்த்தது. அங்காடியின் துடிப்பைப் புரிந்துகொள்வது ஒரு செயல்திறன்மிக்க அணுகுமுறையைத் தக்க வைத்துக் கொள்ளவும், வெளியில் விரிவாக்குவதற்கான வழிகளைக் கண்டுபிடிப்பதன் மூலம் உங்களுடைய போட்டியாளர்களை இலாபகரமாக வளர்க்கவும் உதவும்.

குறிப்பு

4. வணிக சுற்றுச்சூழல் காரணிகளைப் புரிந்து கொள்ளுங்கள்

ஒட்டுமொத்த வணிகச் சூழல் நிறுவனத்தின் செயல்திறன் மற்றும் தொழில்கள் செயல்படும் வழிகளில் ஆழமான தாக்கத்தை ஏற்படுத்தும்.

பின்வருபவை வணிகச் சூழல் போன்ற காரணிகளை உள்ளடக்கியது:

1. தொழில்நுட்ப முன்னேற்றங்கள்
2. அரசாங்க விதிமுறைகள்
3. புவிசார் அரசியல் மாற்றங்கள்
4. பொருளாதார குறிகாட்டிகள்
5. வர்த்தக கொள்கைகள்
6. சமூக மற்றும் கலாச்சார விதிமுறைகள்

உதாரணமாக, வாழ்க்கை அறிவியல் மற்றும் சுகாதாரத் துறைகளில் உள்ள நிறுவனங்கள் தற்போது நிச்சயமற்ற தன்மைக்கு பங்களிக்கும் பல இடையூறுகளை எதிர்கொள்கின்றன.

குறிப்பு

5. உங்களுக்கு தேவைப்படும் அங்காடி ஆராய்ச்சியை விரைவில் கண்டறியவும்

அங்காடி பற்றிய அனைத்து வகைகளையும், தகவல்களைச் சேகரிப்பது மற்றும் ஒருங்கிணைப்பதில் குறிப்பிடத்தக்க நேரம், முயற்சி மற்றும் நிபுணத்துவம் தேவை, ஆனால் அங்காடி ஆராய்ச்சிகளுக்கு அறிக்கைகள் பெறுவதற்கு உதவியாக இருக்கும். ஆயசமநவசுநளநயசஉா.உழஅ இல் கிடைக்கும் அறிக்கைகள் வடிவமைக்கப்படவில்லை அல்லது ஆர்டர் செய்யப்படவில்லை, ஆனால் ஏற்கனவே உள்ள பங்கு அல்லது பொருட்களிலிருந்து எடுக்கப்பட்டது. ஆராய்ச்சி அறிக்கைகள் வாடிக்கையாளர், போட்டி, தொழில் மற்றும் வணிகச் சூழலைப் பற்றிய விரிவான புரிதலுக்குத் தேவையான கூடுதல் தகவல்களை வழங்க முடியும். இந்த அறிக்கைகளில் ஒரு தொழில்முனைவோர் அங்காடி அளவு, அங்காடி பங்கு, அங்காடி முன்னறிவிப்புகள், ஒழுங்குமுறைகள் பற்றிய தகவல்கள், நுகர்வோர் புள்ளிவிவரங்கள் மற்றும் பலவற்றைக் கண்டுபிடிப்பார். கூடுதலாக, பல அறிக்கைகள் மூலம் எதிர்கால வளர்ச்சி, அடுத்த தலைமுறை தயாரிப்பு கண்டுபிடிப்பு மற்றும் வளர்ந்து வரும் அங்காடிப்படுத்தல் உத்திகள் குறித்த முக்கிய வாய்ப்புகளை ஆய்ந்து வெளிப்படையாக பகிர்ந்து கொள்கின்றன. ஒரு நிறுவனம் வெளியிட்ட அறிக்கையில் குறிப்பிடப்படாத ஒரு முக்கிய அங்காடியை ஆராய்ச்சி செய்கிறதென்றால், அதன் தனித்துவமான விவரக்குறிப்புகளுக்கு ஏற்றவாறு தனிப்பயன் அங்காடி ஆராய்ச்சி திட்டத்தையும் அது நியமிக்கலாம். புதிய தயாரிப்பு மேம்பாடு, புவியியல் அங்காடி விரிவாக்கம், இணைப்புகள் மற்றும் கையகப்படுத்துதல், போட்டி நுண்ணறிவு, வாடிக்கையாளரின் குரல் மற்றும் தேவையான திட்டமிடல் போன்ற முடிவுகள் அல்லது முன்முயற்சிகளால் நிறுவனங்களுக்கு நிபுணர் குழு தவறாமல் உதவுகிறது.

8.5 அங்காடி மதிப்பீட்டின் கருவிகள் மற்றும் நுட்பங்கள்

அங்காடி ஆராய்ச்சி வாடிக்கையாளர்களின் தேவைகளைப் பற்றிய ஒரு கருத்தைப் பெறுவதற்கான ஒரு முறையாகக் கருதலாம்,

குறிப்பு

மேலும் பின்வரும் சில காரணிகளை செயல்முறை மூலம் ஆராயலாம்:

1. அங்காடி நிலவரங்கள் - அங்காடியின் நிலவரங்கள் என்பது அங்காடியின் ஒரு குறிப்பிட்ட காலப்பகுதியின் நடவடிக்கைகள்.

2. அங்காடியின் பிரிவு - இது ஒரு அங்காடிக்கு இணையான அம்சங்களுடன் துணைக் குழுக்களாகப் பிரிப்பது. புள்ளிவிவரங்கள், தேர்வுகள், பாலினங்கள் மற்றும் ஆளுமைகள் போன்றவற்றுக்கு இடையில் வேறுபாட்டை உருவாக்க இது தேவைப்படுகிறது.

3. கிடைக்கும் தகவல் - அங்காடி தகவல் என்பது அங்காடியில் கிடைக்கும் வெவ்வேறு பொருட்களின் விலைகள் பற்றிய தகவல்.

4. ஊறுமுழு பகுப்பாய்வு - இந்த பகுப்பாய்வு ஒரு வணிக அல்லது நிறுவனத்திற்கான பலங்கள், பலவீனங்கள், வாய்ப்புகள் மற்றும் அச்சுறுத்தல்கள் பற்றிய பகுப்பாய்வு ஆகும்.

5. சந்தைப்படுத்தல் செயல்திறன் - சந்தைப்படுத்தல் செயல்திறன் என்பது ஆபத்துப் பகுப்பாய்வு, தயாரிப்பு ஆராய்ச்சி, வாடிக்கையாளர் பகுப்பாய்வு மற்றும் போட்டியாளர் பகுப்பாய்வு போன்றவற்றை கணக்கில் எடுத்துக்கொள்கிறது.

8.5.1 கருவிகள் மற்றும் நுட்பங்களின் நன்மைகள்

1. முன்னேற்றமடைய வாய்ப்புகள் - அங்காடி ஆராய்ச்சி செய்வதன் நன்மைகள் என்னவென்றால், இது பல்வேறு அங்காடி வாய்ப்புகளைக் கண்டறிய உதவுகிறது மற்றும் அவற்றை திறம்பட உயர்த்தவும் செய்கிறது. எடுத்துக்காட்டாக, தயாரிப்புகள், நுகர்வோருக்கு ∴ தயாரிப்பாளருக்கு ஏற்றதா என்பதைக் கண்டறிய இது உதவக்கூடும். அது இல்லையென்றால், அங்காடியை ஆராய்ச்சி செய்வது பொருத்தமான நுகர்வோரை ∴ தயாரிப்பாளரை அடையாளம் காண உதவுகிறது.

2. தகவல்தொடர்புகளை ஊக்குவித்தல் - வாடிக்கையாளர்களுடன் தொடர்புகொள்வதற்கான சிறந்த வழியைக் கண்டறிய அங்காடி ஆராய்ச்சி உதவுகிறது. ஆராய்ச்சி முடிவுகளைப் பெற்ற பிறகு, ஒருவர் பார்வையாளர்களின் இயல்பு, ஆளுமைகள், விருப்புவெறுப்புகள் போன்றவற்றை அறிந்து கொள்ள முனைகிறார். மேலும் இது

நுகர்வோர்களுடன் இணைவதையும், தயாரிப்பாளர்களை அணுகுவதையும் எளிதாக்குகிறது.

குறிப்பு

3. அபாயங்களைக் குறைத்தல் - அங்காடி ஆராய்ச்சியின் மற்றொரு முக்கிய நன்மை என்னவென்றால், சில ஆய்வுகளின் மூலம் நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்வது அபாயங்களைக் குறைக்க வணிகங்களுக்கு உதவுவதாகும். எடுத்துக்காட்டாக, நபர்களின் எண்ணிக்கையை அடையக்கூடிய தயாரிப்புகளில் சில குணங்களைச் சேர்க்க இது உதவக்கூடும், இதனால் தயாரிப்பு பயன்படுத்தப்படாமல் போகும் வாய்ப்புகள் குறைகின்றன.

4. அங்காடி போக்கு மற்றும் அங்காடி நிலைப்பாட்டை நிறுவுதல் - அங்காடி வாணிப சுழற்சிகள் தொடர்ச்சியாக மாற்றமடைகின்றன. முழுமையான அங்காடி ஆராய்ச்சி மட்டுமே தற்போதைய போக்குகளை நிறுவவும், பின்னர் தற்போதைய வாடிக்கையாளரின் தேவைகள் மற்றும் தேவைகளுக்கு ஏற்ப திட்டங்களை வகுக்கவும் உதவும்.

5. சாத்தியமான சிக்கல்களைக் கண்டறியதல் - அங்காடி ஆராய்ச்சி வாடிக்கையாளரின் எதிர்வினைகள், தேர்வுகள் மற்றும் விருப்பங்களை வெளிப்படுத்துவதால், ஒரு வணிகமானது தயாரிப்பு அல்லது வடிவமைப்பு செயல்பாட்டில் இருக்கும்போது அதை மாற்ற முடியும். கைகளில் ஆராய்ச்சி முடிவுகள் இருந்தால் சிக்கல்களைக் கண்டுபிடிப்பது எளிதானது.

8.5.2 அங்காடி மதிப்பீட்டுக் கருவிகள் மற்றும் நுட்பங்களின் வகைகள்

1. முதன்மை அங்காடி ஆராய்ச்சி

முதன்மை அங்காடி ஆராய்ச்சி என்பது அங்காடி ஆராய்ச்சியின் ஒரு வகை. இது தயாரிப்புகள், சேவைகள் மற்றும் செயல்பாடுகளை மேம்படுத்த பயன்படும் தகவல்களை சேகரிக்கும் நோக்கத்துடன், வணிகத்தால் அல்லது நிறுவனத்தால் செய்யப்படுகிறது. முதன்மை அங்காடி ஆராய்ச்சியை களஆராய்ச்சி என்றும் அழைக்கப்படுகிறது. ஒருவர் முதன்மைப் புள்ளிவிவரங்களை அல்லது தகவல்களைக் கொண்டு தரமான ஆராய்ச்சி முறைகள் மற்றும் அளவான ஆராய்ச்சி முறைகள் மூலம் சேகரிக்க முடியும். முதன்மை அங்காடி ஆராய்ச்சி என்பது

குறிப்பு

அங்காடி ஆராய்ச்சி முறையின் மிகவும் பொதுவான வகையாகும், மேலும் இது மிகவும் மதிப்புமிக்கது. இது குறிப்பிட்ட கேள்விகளுக்கு மட்டுமே பதிலளிக்கும் ஒரு முறை மற்றும் பொருத்தமற்ற பிரச்சினைகளை கருத்தில் கொள்ளாது.

2. இரண்டாம் நிலை அங்காடி ஆராய்ச்சி

இரண்டாம் நிலை அங்காடி ஆராய்ச்சி என்பது ஒரு ஆராய்ச்சி நுட்பமாகும், இது புதிதாக தகவல்களை சேகரிப்பதை நோக்கமாகக் கொண்டிருக்கவில்லை, ஆனால் பல மூலங்களிலிருந்து ஏற்கனவே கிடைக்கக்கூடிய தகவல்களை நம்பியுள்ளது. இந்த ஆராய்ச்சி பிற நபர்களால் சேகரிக்கப்பட்ட புள்ளிவிவரங்கள் அல்லது தகவல்களில் கவனம் செலுத்துகிறது, மேலும் இது இலவசமாகவோ அல்லது மற்றவர்களிடம் பணம் செலுத்திப் பெறப்படுகிறது. இரண்டாம் நிலை அங்காடி ஆராய்ச்சி அரசாங்க தரவு, அலுவலகத் தரவு, செய்தித்தாள்கள், பத்திரிகைகள், இணையம் உள்ளிட்ட தகவல்களைச் சேகரிப்பதற்கான பல்வேறு ஆதாரங்களை கணக்கில் எடுத்துக்கொள்கிறது. இரண்டாம் நிலை அங்காடி ஆராய்ச்சி செய்வதன் நன்மைகளில் ஒன்று பெரும்பாலும் இலவசம் மற்றும் குறைந்த நேரம் எடுக்கும்.

3. தரமான(பண்புசார்ந்த) அங்காடி ஆராய்ச்சி

பண்புசார்ந்த(தரமான) அங்காடி ஆராய்ச்சி என்பது பிரிதோர் வகையாகும், இது ஒரு வணிகத்தின் தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளைப் பொருத்தவரை வாடிக்கையாளரின் கருத்துகளையும் உணர்வுகளையும் முக்கியமாக எடுத்துக்கொள்கிறது. தரமான ஆராய்ச்சிப் பணிகளின் சில பொதுவான எடுத்துக்காட்டுகள் நேருக்குநேர் நேர்காணல்களைச் செய்வது, குழுக்களின் கவனமும் ஒரு பகுதியாக இருப்பது போன்றவை.

4. அளவுசார்ந்த அங்காடி ஆராய்ச்சி

அளவுசார்ந்த அங்காடி ஆராய்ச்சி என்பது ஒரு வகை அங்காடி ஆராய்ச்சிப் பணியாகும், இது வாடிக்கையாளர்கள் அல்லது நுகர்வோரின் உணர்வுகள் மற்றும் கருத்துக்களைக் காட்டிலும் கடினமான உண்மைகள்

குறிப்பு

மற்றும் புள்ளிவிவரத்தை அடிப்படையாகக் கொண்டது. முதன்மை அங்காடி ஆராய்ச்சி மற்றும் இரண்டாம் நிலை அங்காடி ஆராய்ச்சி ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் இந்த வகை ஆராய்ச்சி பயனுள்ளதாக இருக்கும். அளவுசார்ந்த ஆராய்ச்சிக்கான பொதுவான எடுத்துக்காட்டுகளில் சில ஆய்வுகளுக்கு பின்பு வெளிவரும் முடிவுகள், கேள்வித்தாள்கள், களப்பணி இடத்தில் ஆய்வுகள் மற்றும் பொருட்கள் வாங்கும் இடத்தில் கணக்கெடுப்பு ஆகியவை அடங்கும். இந்த வகை ஆராய்ச்சி பரந்த அளவிலான புள்ளிவிவரங்களுடன் வெளிவருகிறது மற்றும் அங்காடியின் அளவையும் கண்டறிய உதவுகிறது.

8.6 அங்காடி-கணக்கெடுப்பின் முறைகள்

அங்காடி ஆய்வுகள் என்பது நிறுவனங்கள் தங்கள் வாடிக்கையாளர்கள் மற்றும் வாடிக்கையாளர் அல்லாத நுகர்வோர் அல்லது வணிகங்களைப் பற்றிய தகவல்களைப் பெறுவதற்கான ஒரு வழியாகும், மேலும் இந்த வாடிக்கையாளர்கள் அல்லது நுகர்வோர் ஒரு நிறுவனத்தின் தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளை போட்டி தயாரிப்புகளுக்கு எதிராக எவ்வாறு பார்க்கிறார்கள். அங்காடி ஆய்வுகள் பண்புசார்ந்ததாகவோ அல்லது அளவுகோலாகவோ இருக்கலாம். ஒரு சிறிய அளவிலான தகவல்களைப் பெறுவதற்கு பண்புசார்ந்த ஆய்வுகள் பயன்படுத்தப்படுகின்றன, அதே நேரத்தில் கணக்கெடுப்பு அளவுகள் பொதுமக்களிடையே கணிக்கக்கூடியவை. நிறுவனங்கள் தங்கள் வாடிக்கையாளர்களைப் பற்றிய மதிப்புமிக்க தகவல்களைப் பெற பல அங்காடி-ஆய்வு நுட்பங்கள் உள்ளன.

8.6.1 குழுக்களின் கவனம்

குழுக்களின் கவனம் என்பது ஒரு பண்புசார்ந்த ∴ தரமான அங்காடி-கணக்கெடுப்பு நுட்பமாகும். ஒரு நிறுவனம் வயது, வருமானம் அல்லது பாலினத்தின் அடிப்படையில் பல்வேறு மக்கள்தொகை குழுக்களின் வாடிக்கையாளர்களை நேர்காணல் செய்யலாம். சில தயாரிப்புகளுக்கு மக்கள் எவ்வாறு பொருட்கள் வாங்குகிறார்கள்,

எந்தெந்த தயாரிப்புகளை அவர்கள் அதிகம் விரும்புகிறார்கள் என்பது பற்றிய பொதுவான கருத்தைப் பெறுவதே இதன் நோக்கம். நிறுவனம், உணவு போன்ற பல புதிய கருத்துக்களை அறிமுகப்படுத்தலாம், மேலும் தயாரிப்பு குறித்த மக்களின் விருப்பு வெறுப்புகளை கணக்கெடுக்கலாம்.

குறிப்பு

கவனமாக இருப்பது குழுவின் முக்கிய நோக்கம் ஆகும். “ஏன்” “எதற்கு” “என்ன” மற்றும் “எப்படி” கேள்விகளுக்கு பதில்களைக் கண்டுபிடிப்பதாகும். கவனம் குழுக்களின் ஒரு நன்மை என்னவென்றால், நீங்கள் குழுவோடு நேரில் தொடர்பு கொள்ள வேண்டிய அவசியமில்லை. இப்போதெல்லாம் கவனம் குழுக்கள் பல்வேறு சாதனங்களில் ஆன்லைன் கணக்கெடுப்பை அனுப்பலாம் மற்றும் ஒரு பொத்தானைக் கிளிக் செய்தால் பதில்களைச் சேகரிக்க முடியும்.

பிற ஆன்லைன் தரமான ஆராய்ச்சி முறைகளுடன் ஒப்பிடும்போது கவனம் குழுக்கள் ஒரு விலையுயர்ந்த முறையாகும். பொதுவாக அவை சிக்கலான செயல்முறைகளை விளக்கப் பயன்படுகின்றன. புதிய தயாரிப்புகள் குறித்த சந்தை ஆராய்ச்சி மற்றும் புதிய கருத்துகளை சோதிக்கும் போது இந்த முறை மிகவும் பயனுள்ளதாக இருக்கும்.

8.6.2 ஒருவருக்கொருவர் கணக்கெடுப்பு முறை

ஒருவருக்கொருவர் அங்காடிக் கணக்கெடுப்பு ஆய்வு என்பது மற்றொரு பண்புசார்ந்த ∴ தரமான அங்காடி-கணக்கெடுப்பு நுட்பமாகும். இது பொதுவாக புதிய தயாரிப்புகளை அறிமுகப்படுத்த பயன்படுகிறது. எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு வாடிக்கையாளர் புதிய வகை மென்பொருளை இயக்குவதை ஒரு நிறுவனம் கவனிக்கலாம். புதிய மென்பொருளை அவர்கள் எப்படி விரும்புகிறார்கள், அவர்கள் அதை வாங்கலாமா இல்லையா என்று நேர்காணல் செய்பவர் வாடிக்கையாளரிடமும் மற்றவர்களிடமும் கேட்பார். தயாரிப்பு தேசிய அளவில் செல்வதற்கு முன்னர் சிக்கல்களைத் தீர்ப்பதற்கு பீட்டா(β) சோதனைகளுக்கு ஒருவருக்கொருவர் கணக்கெடுப்புகள் பெரும்பாலும் பயன்படுத்தப்படுகின்றன.

குறிப்பு

ஆழ்ந்த நேர்காணல்களை நடத்துவது மிகவும் பொதுவான தரமான ஆராய்ச்சி முறைகளில் ஒன்றாகும். இது ஒரு தனிப்பட்ட நேர்காணல், இது ஒரு நேரத்தில் ஒரு பதிலளித்தவருடன் மேற்கொள்ளப்படுகிறது. இது முற்றிலும் உரையாடல் முறையாகும், மேலும் பதிலளிப்பவரிடமிருந்து ஆழமாக விவரங்களைப் பெறுவதற்கான வாய்ப்புகளை அழைக்கிறது.

இந்த முறையின் நன்மைகளில் ஒன்று, மக்கள் எதை நம்புகிறார்கள் மற்றும் அவர்களின் செயல் ஊக்கம் ∴ நோக்கம் என்ன என்பது பற்றிய துல்லியமான தரவை சேகரிக்க ஒரு சிறந்த வாய்ப்பை வழங்குகிறது. சரியான கேள்விகளைக் கேட்பது ஆராய்ச்சியாளருக்கு நன்கு அனுபவம் இருந்தால், அவருக்கு அர்த்தமுள்ள தரவைச் சேகரிக்க உதவும். அவர்களுக்கு கூடுதல் தகவல்கள் தேவைப்பட்டால், ஆராய்ச்சியாளர்கள் இதுபோன்ற பின்தொடர்தல் கேள்விகளைக் கேட்க வேண்டும், அவை கூடுதல் தகவல்களை சேகரிக்க உதவும். ஆழ்ந்த நேர்காணல் நேருக்கு நேர் நடத்தப்படும் போது, பதிலளித்தவர்களின் உடல் மொழியைப் படிப்பதற்கும் பதில்களுடன் பொருந்துவதற்கும் இது ஒரு சிறந்த வாய்ப்பை வழங்குகிறது.

8.6.3 வாடிக்கையாளர்- மனநிறைவு

வாடிக்கையாளர்களின் மனநிறைவு பற்றிய கணக்கெடுப்புகள் போன்ற பல ஆய்வுகள் தொலைபேசியில் நடத்தப்படுகின்றன. வாடிக்கையாளர் மனநிறைவு ∴திருப்தி ஆய்வுகள் நிறுவனத்தின் தயாரிப்புகள், சேவை, விலைகள் மற்றும் பிற முக்கிய பண்புகளைப் பொறுத்து வாடிக்கையாளர்களின் திருப்தியின் அளவை கணக்கிடுகின்றன. இந்த ஆய்வுகள் இயற்கையில் அதிக அளவு கொண்டவை. எங்கு குறிப்பிடத்தக்க நன்மைகள் அல்லது சிக்கல்களைக் கொண்டிருக்கிறார்கள் என்பதை அவர்களால் தீர்மானிக்க முடியும். இந்த சிக்கல்களை சரிசெய்ய பின்னர் மாற்றங்களைச் செய்யலாம்.

8.6.4 இணையதள ஆய்வுகள்

இணையதள கணக்கெடுப்புகள் பெரும்பாலும் நிறுவனத்தின் வலைத்தளங்களில் மேல் மீட்பு (ிழி-ரி) வடிவத்தில் தோன்றும்.

ஒரு இணையதள (ழுடெைநெ) வணிகத்தைப் பொறுத்தவரை, மாற்றங்களை அதிகரிக்கவும் , உங்கள் வாடிக்கையாளர்களை சிறப்பாகத் தக்க வைத்துக் கொள்ளவும், உங்கள் தயாரிப்பை மேம்படுத்தவும் மேலும் பலவற்றை இது அனுமதிக்கிறது. இந்த அங்காடி-கணக்கெடுப்பு நுட்பங்கள் எந்த நேரத்திலும் மக்கள்தொகை தகவல்களை சேகரிக்கத் தொடங்கலாம் அல்லது ஒரு நிறுவனம் தேடும் எந்தவொரு தகவலையும் செயல்படுத்தலாம். போதுமான கேள்வித்தாள்கள் முடிந்ததும் கணக்கெடுப்பை நிறுத்தலாம். இணையதள ஆய்வுகள் சில நேரங்களில் கணிக்க முடியாதவை, ஏனெனில் பதிலளிக்கும் நபரின் மீது எந்த கட்டுப்பாடும் இல்லை.

8.6.5 தொலைபேசி நேர்காணல்கள்

சாத்தியமான வாடிக்கையாளர்களிடமிருந்து தகவல்களைப் பெற இது மலிவான, விரைவான வழியாகும். எல்லா நோக்கங்களையும் உள்ளடக்கும் வகையில் அழைப்புகளைச் செய்வதற்கு முன் கேள்வி விவரக்குறிப்பைத் தயாரிக்கவும். பெரும்பாலான மக்கள் தொலைபேசியில் அதிக நேரம் செலவழிக்க விரும்புவதில்லை, எனவே கேள்விகளை எளிமையாகவும், தெளிவாகவும், சுருக்கமாகவும் வைக்கவும்.

8.6.6 அஞ்சல்வழி நேரடி நேர்காணல்கள்

சில வாடிக்கையாளர்கள் தங்கள் தயாரிப்புகளை வாங்குவதை ஏன் நிறுத்திவிட்டார்கள் என்பதைத் தகவலறிந்த ஒரு நிறுவனம் ஒரு அஞ்சல் வழி கணக்கெடுப்பைப் பயன்படுத்தலாம். மென்பொருள் நிறுவனங்கள் சில நேரங்களில் இந்த அளவு அங்காடி-கணக்கெடுப்பு நுட்பத்தைப் பயன்படுத்துகின்றன. தகவலை நிரப்பி பதிலளிப்பவர்களுக்கு பணம் சார்ந்த சிறிய ஊக்கத்தொகை வழங்கப்படலாம். அஞ்சல் வழி ஆய்வுகள் பெரும்பாலும் மிகவும் தகவலறிந்தவை, ஏனெனில் ஒரு நபர் கூடுதலான கருத்துகளை எழுத முடியும்.

நேரடி அஞ்சல் வழி ஆய்வுகள் எளிமையானதாக இருக்க வேண்டும், ‘ஆம் / இல்லை” அல்லது ‘ஒப்புக்கொள்கிறேன் ∴ உடன்படவில்லை” தேர்ந்தெடுக்கும் கட்டங்களுடன் வடிவமைக்கப்பட வேண்டும், எனவே பதிலளிப்பவர்கள் விரைவாகவும் எளிதாகவும்

பதிலளிக்க முடியும். முடிந்தால், ஒன்று அல்லது இரண்டு வரிகளில் எழுதும் பதில்களை மட்டுமே கேட்கவும்.

குறிப்பு

8.6.7 தொலைநகல் ∴ மின்னஞ்சல் வழி நேர்காணல்கள்

தொலைநகல் ∴ மின்னஞ்சல் வழி நேர்காணல்கள் ஒரு நேரடி அஞ்சல் நேர்காணல்கள் போன்றவை 'ஒரு விதிவிலக்கு: ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட பக்கங்களைக் கொண்ட கோரப்படாத தொலைநகலை ஒருபோதும் அனுப்ப வேண்டாம். எவ்வாறு பதிலளிக்க வேண்டும் என்பதற்கான தெளிவான வழிமுறைகளை வழங்கவும், புள்ளிவிவரங்களைத் திரும்பப் பெறுவதற்கு முன்கூட்டியே பாராட்டவும்.

8.7 அங்காடித் தகவலின் ஆதாரங்கள்

1. நூலகம் என்பது தகவலுக்கான முதன்மை ஆதாரமாகும். அரசு நிறுவனங்களில் பலவிதமான வெளியீடுகள் உள்ளன, அவை பயனுள்ளதாக இருக்கும். சில கல்லூரிகள் மற்றும் பல்கலைக்கழகங்களில் குறிப்பு நூலகங்கள் உள்ளன, அவை பொதுமக்களுக்கும் கிடைக்கின்றன.

மேலும், ஆராய்ச்சி நிறுவனங்கள் மற்றும் சில பெரிய நிறுவனங்கள் குறிப்பிட்ட தலைப்புகளில் பல பிரிவுகளைக் கொண்ட நூலகங்களைக் கொண்டுள்ளன. ஒரு சிறு வணிகத்தை நடத்துவதற்கு பயனுள்ளதாக இருக்கும் தகவல்களின் களஞ்சியமாக நூலகங்கள் உள்ளன.

புத்தகங்கள், பத்திரிகைகள், அறிக்கைகள் மற்றும் செய்தித்தாள்கள் ஒரு வணிகத்தை நடத்துவதில் சில பிரச்சனைகளைத் தீர்க்க உதவும் தகவல்களைக் கொண்டிருக்கலாம்.

2. அங்காடி தொடர்பான தகவல்கள் மற்றும் புள்ளிவிவரத்தைக் கண்டறிய, ஆராய்ச்சி மேற்கொள்ள இணையதளத்தைப் பயன்படுத்தலாம். இணையதள தேடும் கணினிகளான கூகிள், பிங், ஆஸ்க் போன்றவற்றை உபயோகிக்கலாம். மேலும் இணையத்தில் வலைத்தளங்களைக் கொண்ட

தகவல்களை வழங்குநர்களுடன் தொடர்புகொள்வதற்கு மின்னஞ்சல் பயன்படுத்தப்படலாம்.

குறிப்பு

3. வர்த்தக ஆவணங்கள் மற்றும் பத்திரிகைகளுக்கு சந்தா செலுத்துதல். வெற்றிகரமான தொழில்முனைவோருக்கு குறிப்பாக புதிய போக்குகள் மற்றும் வணிகம் தொடர்பான முன்னேற்றங்களைப் புரிந்துகொள்வதில் கட்டுரைகளைப் படிக்க நேரம் இருக்க வேண்டும்.

4. ஒரு வணிகத்தை போன்ற ஒத்த வணிகங்களுடன் ஒப்பிடுவதற்கு தொழில்துறை தகவல்கள் ஃதரவு உதவியாக இருக்கும். இத்தகவல்கள் வர்த்தக சங்கங்கள் அல்லது அரசு நிறுவனங்களிலிருந்து கிடைக்கிறது மற்றும் இது போன்ற விகிதங்களை உள்ளடக்கியது: சரக்கு கொள்முதல், பண தள்ளுபடிகள் சதவீத குறிப்பு இன்னும் பற்பல போன்றவை.

5. உறுப்பினர் அடிப்படையிலான நிறுவனங்கள் ஆராய்ச்சி நடத்துதல், கல்வி மற்றும் பயிற்சித் திட்டங்களை ஒழுங்கமைத்தல், புதிய தொழில்நுட்பத்தை செயல்படுத்துதல், உறுப்பினர்களின் கேள்விகளுக்கும் சந்தேகங்களுக்கும் பதிலளித்தல் மற்றும் செய்திகள், பத்திரிகைகள் மற்றும் சிறப்பு அறிக்கைகள் மூலம் தகவல்களைப் பரப்புதல் போன்ற சேவைகளை வழங்க முடியும்.

6. பயிற்சித் திட்டங்கள் தொழில் முனைவோர் தங்கள் நிர்வாக திறன்களையும், சக்தியையும் மேம்படுத்துவதற்கான திட்டங்களை வகுக்க உதவுகின்றன. பயிற்சி படிப்புகள் மற்றும் வயதுவந்தோர் கல்வித் திட்டங்கள் என பல நிறுவனங்கள், முகவர் நிலையங்கள் மற்றும் சங்கங்களால் வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளன.

தொழில்முனைவோர் இந்த தனிப்பட்ட வளர்ச்சி சாத்தியங்கள் குறித்து விழிப்புடன் இருக்க வேண்டும், அவற்றை முழுமையாகப் பயன்படுத்திக் கொள்ள வேண்டும்.

7. ஊழியர்கள். ஒரு வணிகத்தில் பணிபுரியும் நபர்கள் ஒரு வணிகத்தில் குறிப்பிட்ட சிக்கல்களை தீர்க்க உதவலாம். எடுத்துக்காட்டாக,

குறிப்பு

தொழில்முனைவோர் சரக்குகளை தனித்துவமாக காட்சிப்படுத்துதல் அல்லது வாடிக்கையாளரின் அணுகுமுறைகளைப் பற்றி ஊழியர்களிடம் ஆலோசனை மற்றும் உதவியைக் கேட்கலாம். ஊழியர்கள் தங்கள் கருத்துகள் மற்றும் பரிந்துரைகள் மதிப்புமிக்கவை என்பதை அறிந்து மதிப்புமிக்க ஆலோசனைகளை வழங்குவதற்கான நல்ல நிலையில் உள்ளனர்.

மேலும், வாடிக்கையாளர்கள் தாங்கள் வாங்கும் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் குறித்த சிறப்பு தகவல்களை வழங்க முடியும். வாடிக்கையாளர்கள் ஒரு வணிக செயல்பாட்டின் ஒப்பீட்டு வலிமை மற்றும் பலவீனங்கள் குறித்து சிறந்த தகவல்கள் வழங்குவர்.

8. பிற வணிக உரிமையாளர்கள். பெரும்பாலான வணிகங்களுக்கு பொதுவான பிரச்சினைகள் உள்ளன மற்றும் உரிமையாளர்கள் பொதுவாக தங்கள் பிரச்சினைகளை ஒருவருக்கொருவர் விவாதிக்க தயாராக இருக்கிறார்கள். அனைத்து வணிக உரிமையாளர்களும் இந்த தொடர்புகளிலிருந்து நன்மைகளைப் பெறலாம் மற்றும் அவர்களின் வணிக நடவடிக்கைகளை மேம்படுத்தலாம்.

8.8 அங்காடியின் ஆய்வறிக்கை வழங்குதல்

- அங்காடிப்படுத்தும் தகவல்: விற்பனை என்பது மட்டும் அங்காடிப்படுத்துவதாக கருதப்படுகிறது. ஒரு தொழில்முனைவோர் நேரடியாகவும் மறைமுகமாகவும் அங்காடிப்படுத்துதலில் ஈடுபட்டுள்ளார். தயாரிப்புகள் மற்றும் அவை தீர்க்கக்கூடிய பிரச்சினைகள் மற்றும் வணிகத்தில் வெற்றிபெற இலக்கு, பொதுமக்களிடமிருந்து பதில்களை எவ்வாறு அதிகரிப்பது என்பது பற்றிய ஒரு முக்கிய அறிவு அவருக்குத் தேவைப்படும்.

- தொழில்நுட்ப தகவல்: ஒரு சோதிக்கத்தக்க தொழில்நுட்ப தகவல் உண்மையான திட்டங்களை செய்ய மற்றும் வர்த்தகம் சார்ந்த ஆய்வுகள் பட்டியலிலேயே தேவைப்படுகிறது. தொழில்நுட்பத் தகவல்கள் எந்தெந்த தயாரிப்புகளை உற்பத்தி செய்ய வேண்டும், அவை எவ்வளவு

நன்றாக விற்கின்றன, வணிகத்தை எங்கு மேற்கோள் காட்ட வேண்டும், உற்பத்தீ வசதிகள் மற்றும் வளாகங்கள், உற்பத்தி செய்யத் தேவையான கருவிகள் மற்றும் உபகரணங்கள் மற்றும் அங்காடியைப் பற்றிய தொழில்நுட்ப அறிவைப் பெறுகின்றன.

குறிப்பு

• ஐ.சி.டி தகவல்: ஐ.சி.டி இன்று கிட்டத்தட்ட அனைத்து வணிகங்களையும் இயக்குகிறது, மேலும் இது ஒரு தொழில்முனைவோர் அனைத்து வணிக நடவடிக்கைகளையும் தானியக்கமாக்குவதற்கும் அங்காடிப்படுத்தல் இலக்குகள் மற்றும் குறிக்கோள்களை அடைவதற்கும் முக்கியமாக இருக்க வேண்டும்.

• சமீபத்திய வணிக நுட்பங்கள்: தொழில்முனைவோர் மென்பொருள், இணையதள தீர்வுகள் போன்ற சமீபத்திய வணிக தொழில்நுட்பங்கள் குறித்து எச்சரிக்கையாக இருக்க வேண்டும், பணிகளைச் செய்து முடிக்க தொழில்நுட்ப வல்லுனர்கள் மற்றும் பிற புதிய தொழில்களின் தீர்வுகளுக்காக இவற்றை பயன்படுத்திக் கொள்ளலாம்.

• நிதித் தகவல்: நிதித் தகவல் என்பது விற்பனையான பொருட்களின் அளவு மற்றும் கிடைத்த மொத்த இலாபங்கள் ஆகியவற்றை உள்ளடக்குகின்றன, இது எதிர்கால விரிவாக்க திட்டங்களுடன் தேவையான நேர மதிப்பீட்டையும் கொடுக்கின்றன.

• சட்டப்படியான தகவல்: ஒரு வணிகத்தை அதன் சட்டரீதியான தாக்கங்களை புரிந்து கொள்ளாமல் தொடங்க முடியாது. தயாரிப்புகளை இறக்குமதி செய்ய ஒரு வணிகத்தை பதிவு செய்ய வேண்டும். வியாபாரத்தில் எல்லாவற்றிற்கும் சட்டப்பூர்வ நடவடிக்கை எப்போதும் இருக்கும். தொழில்முனைவோர் தொடக்கத்திற்கு முன் சட்டப்பூர்வமான நடவடிக்கையைப் புரிந்து கொள்ள வேண்டும்.

8.9 உங்களுடைய முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்கவும்

1. அங்காடிப் பற்றிய ஆராய்ச்சியின் செயல்முறையைக் குறிப்பிடவும்?
2. வணிகச் சூழலை பாதிக்கும் காரணிகள் யாவை?

3. வாடிக்கையாளர் திருப்தி குறித்த ஒரு சிறு குறிப்பைக் கொடுக்கவும்?
4. அங்காடிக் கணக்கெடுப்பு அறிக்கை வழங்குவதை விவரிக்கவும்?

குறிப்பு

8.10 குறுகிய பதில்களுக்கான கேள்விகள்

1. அங்காடி மதிப்பீடு என்றால் என்ன?
2. அங்காடி மதிப்பீட்டின் பயன்கள் யாவை?
3. அங்காடி மதிப்பீட்டில் பயன்படுத்தப்படும் கருவிகளின் நன்மைகளை பட்டியலிடுங்கள்.
4. அங்காடி கணக்கெடுப்பில் இணையதள ஆய்வுகள் எவ்வாறு பயனுள்ளதாக இருக்கும்?
5. அங்காடி தகவல்களின் ஆறு ஆதாரங்களையும் கூறுங்கள்.

8.11 நீண்ட பதில்களுக்கான கேள்விகள்

1. சமீபத்திய ஆண்டுகளில் அங்காடி மதிப்பீட்டின் அவசியத்தைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.
2. அங்காடி மதிப்பீட்டில் பயன்படுத்தப்படும் நுட்பங்களின் வகைகளை விளக்குங்கள்.
3. அங்காடிக் கணக்கெடுப்பின் முறைகளை விவரிக்கவும்.
4. அங்காடித் தகவலின் பல்வேறு ஆதாரங்களைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.
5. அங்காடித் தகவல்களை சேகரிக்கும் முறைகள் குறித்து ஒரு கணக்கைக் கொடுங்கள்.

8.12 உங்களுடைய முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்கும் பதில்கள்

1. சிக்கலை வரையறுத்தல்

- தொடர்புடைய அனைத்து தகவல்களையும் சேகரித்தல்
- மாற்று வழிகளை உருவாக்குதல்
- அனைத்து மாற்று மற்றும் தீர்வுகளையும் ஆராய்தல்
- தீர்வுகளை சோதித்தல் (உங்களால் முடியும் என்றால்)

குறிப்பு

- ஒரு வழிமுறையைத் தேர்ந்தெடுப்பது
- செயலை செயல்படுத்துதல்
- செயலின் முடிவுகளை மதிப்பீடு செய்தல்

2. வணிகச் சூழல் போன்ற காரணிகளை உள்ளடக்கியது:

1. தொழில்நுட்ப முன்னேற்றங்கள்
2. அரசாங்க விதிமுறைகள்
3. புவிசார் அரசியல் மாற்றங்கள்
4. பொருளாதார குறிகாட்டிகள்
5. வர்த்தக கொள்கைகள்
6. சமூக மற்றும் கலாச்சார விதிமுறைகள்

• அங்காடிப்படுத்தும் தகவல்: விற்பனை என்பது மட்டும் அங்காடிப்படுத்துவதாக கருதப்படுகிறது. ஒரு தொழில்முனைவோர் நேரடியாகவும் மறைமுகமாகவும் அங்காடிப்படுத்துதலில் ஈடுபட்டுள்ளார். தயாரிப்புகள் மற்றும் அவை தீர்க்கக்கூடிய பிரச்சினைகள் மற்றும் வணிகத்தில் வெற்றிபெற இலக்கு, பொதுமக்களிடமிருந்து பதில்களை எவ்வாறு அதிகரிப்பது என்பது பற்றிய ஒரு முக்கிய அறிவு அவருக்குத் தேவைப்படும்.

• தொழில்நுட்ப தகவல்: ஒரு சோதிக்கத்தக்க தொழில்நுட்ப தகவல் உண்மையான திட்டங்களை செய்ய மற்றும் வர்த்தகம் சார்ந்த ஆய்வுகள் பட்டியலிலேயே தேவைப்படுகிறது. தொழில்நுட்பத் தகவல்கள் எந்தெந்த தயாரிப்புகளை உற்பத்தி செய்ய வேண்டும், அவை எவ்வளவு நன்றாக விற்கின்றன, வணிகத்தை எங்கு மேற்கோள் காட்ட வேண்டும், உற்பத்தி வசதிகள் மற்றும் வளாகங்கள், உற்பத்தி செய்யத் தேவையான கருவிகள் மற்றும் உபகரணங்கள் மற்றும் அங்காடியைப் பற்றிய தொழில்நுட்ப அறிவைப் பெறுகின்றன.

• ஐ.சி.டி தகவல்: ஐ.சி.டி இன்று கிட்டத்தட்ட அனைத்து வணிகங்களையும் இயக்குகிறது, மேலும் இது ஒரு தொழில்முனைவோர் அனைத்து வணிக நடவடிக்கைகளையும் தானியக்கமாக்குவதற்கும்

அங்காடிப்படுத்தல் இலக்குகள் மற்றும் குறிக்கோள்களை அடைவதற்கும் முக்கியமாக இருக்க வேண்டும்.

குறிப்பு

பிரிவு - 9

மின்னணு வர்த்தகம்

அமைப்பு:

9.1 அறிமுகம்

9.2 மின்னணு வர்த்தகத்தின் பொருள்

9.3 மின்னணு வர்த்தகத்தைத் தொடங்குவதற்கான படிகள்

9.4 மின்னணு வர்த்தகம் மாதிரிகள் வகைகள்

9.5 மின்னணு வர்த்தகத்தின் நன்மைகள்

9.6 மின்னணு வர்த்தகத்தின் தீமைகள்

9.7 விண்ணப்ப வகைகள்

9.8 கட்டடக்கலை மின்னணு வர்த்தகம்

9.8.1 மின்னணு வர்த்தகக் கட்டமைப்பில் வகைகள்

9.9 மின்னணு வர்த்தகத்தின் சவால்கள்

9.10 மின்னணு வர்த்தகத்தின் வாய்ப்புகள்

9.11 2019இல் மின்னணு வர்த்தகத்திற்கான சமீபத்திய போக்குகள்

9.12 உங்களுடைய முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்கவும்

9.13 குறுகிய பதில்களுக்கான கேள்விகள்

9.14 நீண்ட பதில்களுக்கான கேள்விகள்

9.15 உங்களுடைய முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்கும் பதில்கள்

9.1 அறிமுகம்

உலகளாவிய சில்லறை மின்னணு வர்த்தக விற்பனை 2019ஆம் ஆண்டில் சுமார் 13 சதவீதத்தை எட்டியது. இதனால், இணையதள

அங்காடிகளைத் திறப்பதன் மூலம் தொழில்முனைவோர் தங்கள் எல்லைகளை விரிவுபடுத்துவதற்கான சிறந்த வாய்ப்பாக அமைந்தன.

குறிப்பு

எப்போது வேண்டுமானாலும் எங்கிருந்தும் வாங்கச் செய்வதற்கான வசதி உட்பட அதன் பரந்த நன்மைகள் காரணமாக மின்னணு வர்த்தகம் நாளுக்கு நாள் பிரபலமாகி வருகிறது. மின்னணு வர்த்தகம் வலைத்தளம் வழியாக நிறைய நேரத்தையும், வாங்கும் ஆற்றலையும் சேமிக்கிறோம்.

9.2 மின்னணு வர்த்தகம் என்பதன் பொருள்

மின்னணு வர்த்தகம் என்பது பல தொழில்களில் சார்ந்த வலைதள வர்த்தகம். இணையத்தின் பரவல் மற்றும் இணைப்பு ஆகிய வசதிகளால் நிறுவன தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகள் இரண்டையும் விற்க சில்லறை வலைத்தளங்களுக்கு ஒரு பிரபலமான வழியாக இருக்கிறது. புதிய வணிக உரிமையாளர்கள் அடிப்படை வணிக திறன்களை வளர்த்துக் கொண்டிருப்பது முக்கியமாகும்.

மின்னணு வர்த்தகம் என்பது வலைத்தள வர்த்தகம் அல்லது இணைய வர்த்தகத்திற்கான பிரபலமான சொல். இதுவே வாங்குபவர்கள் மற்றும் விற்பனையாளர்கள் இணையத்தில் சந்திக்கின்ற இடமாகும். பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் பரிவர்த்தனை, நிதி பரிமாற்றம் மற்றும் புள்ளிவிவர பரிமாற்றம் ஆகியவை இதில் அடங்கும்.

9.3 மின்னணு வர்த்தகம் வணிகத்தைத் தொடங்குவதற்கான வழி முறைகள் அல்லது படிகள்

கடன் அட்டை மூலம் செய்யப்படும் வணிகங்கள் மற்றும் நுகர்வோர் இணையம் வழியாக நடத்தும் எந்தவொரு பரிவர்த்தனையும் மின்வணிகத்தில் அடங்கும். இணையத்தின் சில்லறை விற்பனை பிரபலமடைந்து வருவதால், பல தொழில்முனைவோர் மின்னணு வர்த்தக வாய்ப்புகளை ஆராய்ந்து வருகின்றனர். இதில் வணிகத்திற்கு தயாரிப்புகள், சேவைகள் அல்லது தகவல்களை விற்பனை

குறிப்பு

செய்வதற்கான திட்டமும் அடங்கும். ஒரு சாத்தியமான சரிபார்ப்பு பட்டியல் ஒரு தொழில்முனைவோருக்கு அவர்களின் வணிக தீர்வுகள் மற்றும் யோசனைகளை பகுப்பாய்வு செய்வதற்கான ஒரு சிறந்த வழியாகும். பல நாடுகளில் தொழில்முனைவோர் திட்டமிட மற்றும் வெற்றிகரமான வணிக முயற்சிகளுக்கு உதவ மின்னணு வர்த்தகம் செயல்திட்டங்களை வகுத்து வருகின்றன. சர்வதேச வழிகாட்டுதல்கள் மின்னணு வர்த்தகத்தில் ஈடுபடும் வணிகங்களுக்கான தன்னார்வ நடத்தை நெறியை வழங்குகின்றன. முதலாவது தொழில்முனைவோர் சரக்குகளை உருவாக்குவது மற்றும் இரண்டாவது உற்பத்தியாளர்களுடன் பணிபுரிவது ஆகியவையே ஒரு மின்னணு வர்த்தகத்தை நிர்வகிக்கும்போது, ஒரு தொழில்முனைவோர் சிறந்து விளங்க வேண்டிய இரண்டு பகுதிகள் ஆகும். பல நன்மைகள் இருப்பதால் தொழில்முனைவோரை மின்னணு வர்த்தகத்திற்கு ஈர்க்கின்றன. இந்த வணிக வாய்ப்பில் பலர் ஈடுபடுவதற்கு முக்கிய காரணங்கள்: குறைந்த தொடக்க செலவுகள் மற்றும் அடுத்தநிலை மேல்நிலை செலவுகள்.

1. திட்டமிடல்

மின்னணு வர்த்தகத் தொழிலைத் தொடங்குவதற்கு முன், ஒரு தொழில்முனைவோர் அவர் என்ன செய்யப் போகிறார், எப்படி செய்ய வேண்டும் என்பதை தீர்மானிக்க வேண்டியது அவசியம். இணைய வணிகத்தின் அனைத்து சாதக பாதக அம்சங்களையும் திட்டமிட்டு திறனாய்வு செய்து கண்காணிக்க வேண்டும்.

இணைய வணிகத்தின் தேவை எந்தவொரு சில்லறை விற்பனையகம் இல்லாத சூழ்நிலையில் இயங்க முழுநேரமும் வேண்டும். இணைய சந்தையின் நோக்கம் என்னவென்றால், நுகர்வோர் தங்களுக்குத் தேவையான எதையும் எந்த நேரத்திலும் எந்த இடத்திலிருந்தும் பெற முடியும். இது ஒரு வணிகமானது ஆர்டர்களை நிறைவேற்றத் தவறிவிட்டால், அதற்கு ஈடாக, உங்களுடைய நுகர்வோருடன் விசுவாசத்தையும் நம்பிக்கையின் பிணைப்பையும் வளர்ப்பதற்கான ஒரே வாய்ப்பை இழக்க நேரிடும்.

2. அங்காடி செயல்திட்டத்தை உருவாக்குதல்

இணைய வணிகத்தின் மிக முக்கியமான அம்சம் வளரும் அங்காடித் துறையில் ஒரு திட்டமாகும். ஒரு வணிகமானது தொழில்முனைவோருடைய தயாரிப்புகளை வாங்க வாடிக்கையாளர்களை ஈர்க்க வேண்டும். இணைய வணிகத்தின் நுகர்வோர் தயாரிப்பு பற்றிய தகவல்களைப் பற்றி அறிந்திருக்கிறார்கள், ஏனெனில் அதைச் சரிபார்க்க நேரிடையாக பார்த்து வாங்க இயலாது. வெவ்வேறு கோணங்களில் இருந்து தயாரிப்புகளின் சில தரமான புகைப்படங்களை வழங்க இது தேவைப்படுகிறது. வலைதளத்தில் தொழில்முனைவோருடைய வணிகம் மற்றும் தயாரிப்புகளை பற்றி அதிகமாக விவரிப்பதை இணைய வணிகம் தவிர்க்க வேண்டும். நுகர்வோர்கள் சமூக ஊடகங்களின் மூலம் அதிகமான பார்வையாளர்களை அடைய முடியும் என்பதால் அதற்காக அவர்கள் சமூக ஊடகங்களின் உதவியை நாட வேண்டியதுள்ளது. மறுபுறம், வலைத்தள இணைப்பு மூலம் தேடல் இயந்திரங்களை பயன்படுத்துவதில் சாதகமாக்குவது ஒரு முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது. தேடுபொறி முடிவு பட்டியலில் வலைத்தள இணைப்பு இது முதன்மையாக இருக்க வேண்டும்.

3. தொழில்நுட்ப தேவைகளைப் புரிந்துகொள்வது

இணைய வணிகத்திற்கான வலைத்தளம் கவர்ச்சிகரமானதாகவும், பயனுள்ளதாகவும் இருக்க வேண்டும். ஒரு வணிக தளம் என்பது நடைமுறையில் உண்மையான நிறைவேற்றும் செயல்முறையின் ஆரம்ப கட்டமாகும். நுகர்வோர் தயாரிப்புகளை பார்வையிட அனுமதித்து, அவர்கள் தேர்ந்தெடுத்த பொருட்களை சேமிக்கும் விருப்பத்தை அவர்களுக்கு வழங்க வேண்டும். நுகர்வோரின் ஈடுபாடு நம்பிக்கைக்குரியதாக இருக்க வேண்டும். அவர்கள் தங்கள் வலைத்தளத்தை பதிவு செய்யும் விருப்பத்தை வழங்க வேண்டும். “சீக்கிரம்! குறுகிய கால சலுகை”, “தள்ளுபடி விற்பனை” போன்ற பலவற்றை குறிப்பிட வேண்டும். நுகர்வோர் எளிதாக வலைத்தளத்தை அணுக முடியும் என்று உணர வைத்தால் அவசியமாகும்.

9.4 மின்னணு வர்த்தகத்தின் மாதிரி வகைகள்

குறிப்பு

மின்னணு வர்த்தகத்தை நான்கு முக்கிய வகைகளாக வகைப்படுத்தலாம். இந்த மின்னணு வர்த்தக மாதிரி நான்கு வகைப்பாடுகள் பரிவர்த்தனை அடிப்படையில் பின்வருமாறு.

1. வணிகத்திற்கு வணிகம்

இது ஒரு வணிகத்திலிருந்து அடுத்த வணிக பரிவர்த்தனையாகும். நிறுவனங்கள் ஒருவருக்கொருவர் வியாபாரம் செய்கின்றன. இறுதியில் பயன்பெறும் நுகர்வோர் இதில் ஈடுபடவில்லை. எனவே இணைய பரிவர்த்தனைகளில் உற்பத்தியாளர்கள், மொத்த விற்பனையாளர்கள், சில்லறை விற்பனையாளர்கள் மட்டுமே உள்ளனர்.

2. நுகர்வோருக்கு வணிகம்

நிறுவனம் தங்கள் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை நேரடியாக நுகர்வோருக்கு விற்பனை செய்யும். நுகர்வோர் வலைத்தளங்களைப் பார்வையிடலாம் மற்றும் தயாரிப்புகள், படங்கள், மதிப்புரைகளைப் படிக்கலாம். பின்னர் அவர்கள் தங்கள் தேவையை பதிவிடுகிறார்கள், நிறுவனம் நேரடியாக பொருட்களை அவர்களுக்கு அனுப்புகிறது. பிரபலமான எடுத்துக்காட்டுகள் அமேசான், பிளிப்கார்ட், ஜபோங் போன்றவை.

3. நுகர்வோரிடமிருந்து நுகர்வோர்

நுகர்வோர் ஒருவருக்கொருவர் நேரடியாக தொடர்பு கொண்டுள்ளனர். எந்த நிறுவனமும் இதில் ஈடுபடவில்லை. ஆர்வமுள்ள தரப்பினருக்கு நேரடியாக தங்கள் தனிப்பட்ட பொருட்கள் மற்றும் சொத்துக்களை விற்க இது உதவுகிறது. வழக்கமாக, வர்த்தகம் செய்யப்படும் பொருட்கள் கார்கள், பைக்குகள், எலக்ட்ரானிக்ஸ் போன்றவை. ஓ.எல்.எக்ஸ்(ழுடுஓ)இ குயிக்கர்(ஞரமைச), இந்த மாதிரியைப் பின்பற்றுகின்றன.

4. நுகர்வோரிடமிருந்து வணிகம்

இது பி2சி-யின் (டீ2ஊ) தலைகீழ், இது நுகர்வோரிடமிருந்து வணிகத்திற்கு வழங்குதல். நுகர்வோர் நிறுவனத்திற்கு ஒரு நல்ல அல்லது சில சேவையை வழங்குகிறார்கள். எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு தகவல் தொழில்நுட்ப தன்னார்வ தொழிலாளர் தனது மென்பொருளை

ஒரு நிறுவனத்திற்கு செய்முறை விளக்கம் காட்டி விற்கிறார்கள். இது சி2பி (ஊ2டீ) பரிவர்த்தனையாக இருக்கும்.

குறிப்பு

மின்னணு வர்த்தகத்தில் ஈடுபட்டுள்ள நிறுவனத்தின் எடுத்துக்காட்டுகள்:

- அமேசான்
- பிளிப்கார்ட்
- ஈபே
- பைவர்
- அப்ஒர்க்
- ஓ.எல்.எக்ஸ்
- குயிக்கர்

9.5 மின்னணு வர்த்தகத்தின் நன்மைகள்

மின்னணு வர்த்தகத்தின் நன்மைகள் பின்வருமாறு:

மின்னணு வர்த்தகம் விற்பனையாளர்களுக்கு உலகளாவிய ரீதியில் தொடர்பை வழங்குகிறது. விற்பனையிடத்தின் புவியியல் தடையை அகற்றுகின்றன. இப்போது விற்பனையாளர்களும் வாங்குபவர்களும் இருப்பிடத்திற்கு இடையூறு இல்லாமல் நடைமுறையில் உண்மையாய் உலகில் எப்போதும் வேண்டுமானாலும், யாருடனும் எளிதாக தொடர்பு வைத்து கொள்ள முடியும்.

மின்னணு வர்த்தகப் பரிவர்த்தனை செலவை கணிசமாகக் குறைக்கும். இது செங்கல் மற்றும் சுண்ணாம்புக் கலவையினாலான கடைகளை பராமரிப்பதற்கான பல நிலையான செலவுகளை நீக்குகிறது. நிறுவனங்கள் அதிக லாபத்தை அனுபவிக்க இவை அனுமதிக்கிறது.

இது வாடிக்கையாளரின் ஒரு பகுதியிலிருந்து மிகக் குறைந்த முயற்சியுடன் பொருட்களை விரைவாக வழங்குவதை வழங்குகிறது. வாடிக்கையாளர் புகார்களும் விரைவாக தீர்க்கப்படுகின்றன.

இது நுகர்வோர் மற்றும் நிறுவனம் ஆகிய இருவருக்கும் நேரம், ஆற்றல் மற்றும் முயற்சியை மிச்சப்படுத்துகிறது.

குறிப்பு

ஒரு வாடிக்கையாளர் 24 × 7 நேரமும் பொருட்களை வாங்கலாம். வலைத்தளம் எல்லா நேரங்களிலும் செயல்படும், அதற்கு ஒரு கடை போன்ற வேலை நேரம் இல்லை.

மின்னணு வர்த்தகம் வாடிக்கையாளர்களையும் வணிகத்தையும் எந்த இடைத்தரகர்களும் இல்லாமல் நேரடியாக தொடர்பு கொள்ள அனுமதிக்கிறது. இது விரைவான தொடர்பு மற்றும் பரிவர்த்தனைகளை அனுமதிக்கிறது. இது ஒரு மதிப்புமிக்க தனிப்பட்ட தொடர்பையும் தருகிறது.

9.6 மின்னணு வர்த்தகத்தின் தீமைகள்

மின்னணு வர்த்தகம் பின்வரும் குறைபாடுகளைக் கொண்டுள்ளது.

மின்னணு வர்த்தகம் வலைதள தொடக்க செலவுகள் மிக அதிகம். வன்பொருள் மற்றும் மென்பொருளின் அமைப்பு, ஊழியர்களின் பயிற்சி செலவு, நிலையான பராமரிப்பு மற்றும் பராமரித்தல் அனைத்தும் மிகவும் விலை உயர்ந்தவை.

மின்னணு வர்த்தக தொழில் தோல்வியடைய அதிக ஆபத்து உள்ளது. 2000 ஆண்டுகளில் .உழஅ வர்த்தகத்தில் ஈடுபட்ட பல நிறுவனங்கள் மோசமாக தோல்வியடைந்துள்ளன. தோல்வியின் அதிக ஆபத்து இன்றும் உள்ளது.

சில நேரங்களில், மின்னணு வர்த்தகத்தில் பொருள் மாற்றம் செய்ய முடியும். எனவே இது பல வர்த்தகம் மற்றும் தயாரிப்புகளுக்கு முக்கியமான ஒரு . தனிப்பட்ட உறவின் அரவணைப்பைக் கொண்டிருக்கவில்லை. தனிப்பட்ட தொடர்பு இல்லாததால் உள்துறை வடிவமைப்பு அல்லது நகை வணிகம் போன்ற பல வகையான சேவைகள் மற்றும் தயாரிப்புகளுக்கு பாதகமான நிலை உள்ளது.

பாதுகாப்பு என்பது கவலைக்குரிய மற்றொரு பகுதி. சமீபத்தில், வாடிக்கையாளர்களின் தகவல்கள் திருடப்பட்ட பல பாதுகாப்பு மீறல்கள் கண்டறியப்பட்டன. கடன் அட்டைத் திருட்டு, அடையாள திருட்டு போன்றவை வாடிக்கையாளர்களிடம் பெரிய கவலையாக இருக்கின்றன.

கொள்முதல் வழங்கப்பட்ட பிறகும் கப்பல் போக்குவரத்து, டெலிவரி, தவறான புரிதல் போன்றவற்றில் சிக்கல்கள் இருக்கலாம். இது வாடிக்கையாளர்களுக்கு மகிழ்ச்சியையும் அதிருப்தியையும் தருகிறது.

குறிப்பு

9.7 விண்ணப்ப வகைகள்

மின்னணு வர்த்தகம் தொடர்பான சில பொதுவான பயன்பாடுகள்:

பி2பி (டீ2டீ) மின்னணு வர்த்தகம் (வணிகத்திலிருந்து வணிகத்திற்கு)

பி2சி (டீ2ஊ) மின்னணு வர்த்தகம் (வணிகத்திலிருந்து நுகர்வோர்)

உரையாடல் வர்த்தகம்: உரையாடல் வழியாக மின்னணு வர்த்தகம்

மின்னணு பணப்பை

விநியோக தொடர்பு மற்றும் தளவாடங்களில் ஆவண தான்னியக்க முறை

மின்னணு டிக்கெட்டுகள்

நிறுவன உள்ளடக்க மேலாண்மை

குழுக்களாக வாங்குதல்

உடனடி செய்தி

இணைய பாதுகாப்பு

இணையதள ஏலம்

இணையதள வங்கி

இணையதள அலுவலக அறைகள்

இணையதளத்தில் பொருட்கள் வாங்குதல் மற்றும் வரிசைமுறை கண்காணிப்பு

இணையதள பரிவர்த்தனை செயலாக்கம்

சில்லறை வணிகம்

தேவைக்கேற்ப அச்சிடுதல்

வணிக தள மென்பொருள்

சமூக வலைத்தளம்

தொலைத்தொடர்பு

இணைய பயன்பாடு செய்திக்குழு

குறிப்பு

உண்மையான செயல்முறை உதவியாளர்

உள்நாட்டு மற்றும் சர்வதேச கட்டண முறைகள்

சில பயன்பாடுகள் கீழே விளக்கப்பட்டுள்ளன.

1. நுகர்வோருக்கு வணிகம் (B2C) - வணிகங்களுக்கும் நுகர்வோருக்கும் இடையில் பரிவர்த்தனைகள் நடக்கின்றன. பி2சி மின்வணிகத்தில், வணிகங்கள் தன்னுடைய இறுதி பயனாளர்களுக்கு (அதாவது நுகர்வோர்) தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகளை விற்பனை செய்கின்றன. இணைய சில்லறை வணிகம் பொதுவாக (B2C) மாதிரியில் வேலை செய்கிறது. வால்மார்ட், மேசிஸ் மற்றும் ஐ.கே.இ.ஏ (IKEA) போன்ற இணைய ஸ்டோர்களைக் கொண்ட சில்லறை விற்பனையாளர்கள் அனைவரும் (டீ2ஊ) இணையவழி வணிகத்தில் ஈடுபடும் வணிகங்களுக்கு எடுத்துக்காட்டுகள்.

2. பிசினஸ் டு பிசினஸ் (B2B) - (B2B) மின்னணு வணிகம் இரண்டு வணிகங்களுக்கு இடையில் நடத்தப்படும் பரிவர்த்தனைகள் தொடர்பானது. வாடிக்கையாளர்கள் இல்லாத பிற வணிகங்களாக இருக்கும் எந்த நிறுவனமும் (B2B) மாதிரியில் இயங்குகிறது. பின்வருவன இதற்கு எடுத்துக்காட்டுகளாகும்: சீரோ என்பது சிறு வணிகங்களின் ஒரு இணைய கணக்கியல் மென்பொருள், ADP - சம்பள செயலாக்க நிறுவனம், மற்றும் SMB - ஒரு பணம் செலுத்துவதின் தீர்வு.

3. நுகர்வோரிடமிருந்து வணிகத்திற்கு (C2B) - ஒரு நுகர்வோர் ஒரு வணிகத்திற்கு பண மதிப்பை விற்கும்போது அல்லது பங்களிக்கும் போது வணிக மின்வணிகத்திற்கான நுகர்வோராக திகழ்கிறார். பல கூட்டத்தை வளர்க்கும் பிரச்சாரங்கள் (C2B) இணையவழியின் கீழ் வருகின்றன. வணிகத்தில் சிலர் சூற்றுச்சூழலுக்கேற்ற பொருட்களை விற்கிறார்கள். எடுத்துக்காட்டாக, (B2C) மின்வணிகத்தில் ஈடுபட்டுள்ள ஒரு நிறுவனத்தின் தயாரிப்பான நீர் வடிப்பான்களை விற்பனை செய்கிறது. 2012ஆம் ஆண்டில், சோமா தங்கள் தயாரிப்பு உற்பத்திக்கு

நிதியளிப்பதற்காக ஒரு தொடக்கநிலைப் பிரச்சாரத்தைத் தொடங்கினார். இந்த திட்டம் வெற்றிகரமாக இருந்தது, சோமா கூ 147,444 திரட்டினார்.

குறிப்பு

4. நுகர்வோரிடமிருந்து நுகர்வோருக்கு (C2C) - இரண்டு நுகர்வோருக்கு இடையில் ஏதேனும் வாங்கப்பட்டு விற்கப்படும் போது (C2C) மின்வணிகம் நிகழ்கிறது. (C2C) பொதுவாக ஈ-பே போன்ற இணைய அங்காடி இடங்களில் நடைபெறுகிறது, இதில் ஒரு நபர் ஒரு தயாரிப்பு அல்லது சேவையை மற்றொருவருக்கு விற்கிறார்.

5. வணிகத்திடமிருந்து அரசுக்கு (B2G) - ஒரு அரசு நிறுவனம் ஒரு வணிகத்திலிருந்து பொருட்கள் அல்லது சேவைகளை வாங்க இணையத்தைப் பயன்படுத்தும் போது, பரிவர்த்தனை (டீ2பு) இணையவழியின் கீழ் வரக்கூடும். ஒரு நகரம் அல்லது பேரூர் அதன் வலைத்தளத்தைப் புதுப்பிக்க ஒரு வலைதள வடிவமைப்பு நிறுவனத்தை நியமிக்கிறது என்று சொல்லலாம். இந்த வகை ஒப்பந்தம் (டீ2பு) வடிவமாக கருதப்படலாம்.

6. அரசாங்கத்திடமிருந்து வணிகத்திற்கு (G2B) - ஒரு நிறுவனம் அரசாங்க பொருட்கள், சேவைகள் அல்லது கட்டணங்களை வலைதளம் வழியாக செலுத்தும்போது (G2B) பரிவர்த்தனைகள் நடைபெறுகின்றன. எடுத்துக்காட்டுகள் இணையத்தைப் பயன்படுத்தி வரிகளுக்கு பணம் செலுத்தும் வணிகமாக இருக்கலாம்.

7. நுகர்வோரிடமிருந்து அரசுக்கு (C2G) - நுகர்வோர் (C2G) இணையவழி வணிகத்திலும் ஈடுபடலாம். போக்குவரத்து டிக்கெட்டுகளுக்கு பணம் செலுத்துபவர்கள் அல்லது ஆன்லைனில் தங்கள் வாகனத்தை பதிவு செய்தல் அல்லது புதுப்பித்தல்களுக்கு பணம் செலுத்துவது இந்த வகையின் கீழ் வரக்கூடும்.

9.8 மின்னணு வர்த்தக கட்டமைப்பு

குறிப்பு

மின்னணு வர்த்தகத்தின் கட்டமைப்பின் மாதிரியானது வெவ்வேறு புள்ளிவிவர இணையதளங்கள், பயனாளியின் இடைமுகப்பு மற்றும் பயன்பாடுகளை ஆதரிக்கும் கணினி அமைப்பைக் கொண்டுள்ளது. நிறுவன வணிக கட்டமைப்பு பற்றிய ஒரு கட்டுரையில், ரால்ப் விட்டில் மற்றும் கான்ராட் மைரிக் (Ralph Whittle & Conrad Myrick) கூறுகையில், "வணிக செயல்பாட்டிற்கும் முடிவுகளுக்கும் இடையிலான இணைப்பு மின்னணு வணிகக் கட்டமைப்பாகும்".

9.8.1 மின்னணு வணிகக் கட்டமைப்பின் வகைகள்

மின்னணு வணிக கட்டமைப்பு மாதிரி என்பது வழங்கல் மற்றும் வாடிக்கையாளர் ஒத்துழைப்பு அல்லது பல்வேறு பிறஇணையதள செயற்பாடுகளை மறைத்து மனிதருக்கு அல்லது நிரலுக்கு கணினி காட்டும் முகப்பு செயல்முறைகள் ஆகிய நடவடிக்கைகளைக் கொண்டுள்ளது. வழங்கல் ஒத்துழைப்புகள்- வணிக செயல்முறைகள், தகவல் தொழில்நுட்பம் மற்றும் செயல்படத் தேவையான புள்ளிவிவரங்கள் ஆகியவற்றுடன் தொடர்புடையவை. வாடிக்கையாளரின் ஒத்துழைப்புகள், விற்பனை, சந்தைப்படுத்தல், வாடிக்கையாளர் சேவை, வாடிக்கையாளர் ஆதரவு மற்றும் வணிக கூட்டாளர்களுக்குத் தேவையான வணிக செயல்முறைகள், விதிகள், புள்ளிவிவரங்கள் மற்றும் தகவல் தொழில்நுட்பத்தைக் குறிக்கின்றன. தொலைபேசி, இணையம் அல்லது நேருக்கு நேர் மூலம் இரு ஒத்துழைப்புகளிலும் தொடர்புகள் ஏற்படலாம். இத்தகைய தீர்வுகள் சந்தையில் ஏற்படும் மாற்றங்களுக்கு பதிலளிக்கும் வகையில் மாற்றும் திறன் மூலம் நிறுவனத்தின் நம்பகத்தன்மை, செயல்திறன் மற்றும் அளவிடக்கூடிய தேவைகளை பூர்த்தி செய்ய மின்னணு வணிக கட்டமைப்பு உதவும்.

1. நிறுவன நிலையில்

மின்னணு வணிக கட்டமைப்பு மாதிரியின் நிறுவன நிலையில் ஒரு நிறுவனத்தின் செயல்பாட்டு நடவடிக்கையுடன் தொடர்புடையது. இவ்வகை வணிக நடவடிக்கைகள் மற்றும் வழங்கல் மற்றும் வாடிக்கையாளர் ஒத்துழைப்புகளை வழங்கி உதவுகிறது. நிறுவன அடிப்படையில்,

அளிப்பவர் எதிர்கொள்ளும் செயல்முறைகள் விநியோகச் சங்கிலிகள், ஒருங்கிணைந்த தயாரிப்பு மேம்பாடு மற்றும் கொள்முதல் செயல்பாட்டுக்கு உதவுகின்றன. விற்பனை, வாடிக்கையாளர் உறவுகள், வாடிக்கையாளர் ஒப்பந்தங்கள் மற்றும் சந்தைப்படுத்தல் ஆகிய துறைகளில் உதவுவதற்கு வாடிக்கையாளர் ஒத்துழைப்பு செயல்படுகிறது.

குறிப்பு

2. நடைமுறை சார்ந்த ∴ செயல்பாட்டு நிலையில்

மின்னணு வணிக கட்டமைப்பு மாதிரியின் நடைமுறை சார்ந்த ∴ செயல்பாட்டு நிலையில் ஒரு மதிப்புமிக்க தொடர்நிலைக் கூறுகளுடன் தொடர்புடையது மற்றும் வாடிக்கையாளர் ஒத்துழைப்பு, நிறுவன செயல்பாடுகள், விநியோக ஒத்துழைப்பு மற்றும் மதிப்பு சங்கிலிகள் உள்ளிட்ட முக்கிய செயல்முறை உறவுகளைக் கண்டறியும். தீர்வுகளைக் கண்டறிவது, போட்டி பகுப்பாய்வின் நிகழ்நேர அறிக்கை, புதிய தொழில்நுட்பங்களை இணைக்கும் திறன் மற்றும் ஒருங்கிணைந்த புள்ளிவிவர சேமிப்பிடம் ஆகியவற்றில் இந்த நிலை கவனம் செலுத்துகிறது. மின்னணு வணிக செயல்பாடுகளில் ஒரே வணிக செயல்முறைகளைப் பயன்படுத்த வேண்டும்.

3. இயங்குமுறை ∴ செயல்பாட்டு நிலையில்

மின்னணு வணிக கட்டமைப்பு மாதிரியின் இயங்குமுறை ∴ செயல்பாட்டு நிலையில் என்பது வெவ்வேறு மதிப்பு தொடர்புகள் மற்றும் செயல்முறை பகுதிகள், ஒருங்கிணைப்புகள் மற்றும் செயல்முறை வரையறைகளின் விவரம் மற்றும் ஆவணப்படுத்தல் ஆகியவற்றைக் குறிக்கிறது. செயல்பாட்டு நிலை, செயல்பாட்டு நடவடிக்கைகள், செயல்முறை பாத்திரங்கள், கட்டுப்பாட்டு புள்ளிகள், பயன்பாடுகள் மற்றும் இயக்க முறைமைகளை ஆதரித்தல் மற்றும் இயற்பியல் பார்வைக்கு பதிலாக கட்டடக்கலை மாதிரியில் தகவல்தொடர்பு பற்றிய கருத்தியல் பார்வையைப் பயன்படுத்த உதவுகிறது.

9.9 மின்னணு வர்த்தகத்தின் சவால்கள்

குறிப்பு

பல தொழில் ஆய்வாளர்களின் கூற்றுப்படி, இன்றைய நெருக்கடியில் இணைய சந்தைகளின் இணையவழி வர்த்தகம் எதிர்கொள்ளும் சவால்களுக்கு நான்கு பரிமாணங்கள் உள்ளன. மின்னணு வணிகத்தின் முக்கிய சவால்கள் பின்வருமாறு:

1. பொருளாதார சவால்கள்

மின்னணு வர்த்தகத்தில் ஈடுபடும் வணிகர்கள் பொருளாதார சவால்களை எதிர்கொள்கின்றனர், அதாவது செலவுகள் - ஒரு மின்னணு வணிகத்தை நிறுவுதல், போட்டியிடும் இணைய வணிகர்களின் எண்ணிக்கை, உள்கட்டமைப்பு மேம்பாடுகளுடன் தொடர்புடைய சிக்கல்கள் மற்றும் திறமையான ஊழியர்கள் குறைவாக கிடைத்தல்.

2. தொழில்நுட்ப சவால்கள்

தொழில் துறை வல்லுநர்களின் கூற்றுப்படி, இணையவழி வணிகங்களின் முதன்மை தொழில்நுட்பம் தொடர்பான சவால்களில் பாதுகாப்பு கவலைகள், அலைவரிசை கிடைக்கும் தன்மை மற்றும் ஏற்கனவே உள்ள நெறிமுறைகளுடன் ஒருங்கிணைப்பு ஆகியவை அடங்கும். மின்னணு வர்த்தகம் ஒரு புதிய உயரந்த ஊடுருவி கடத்தல் (ர்யஉமைபெ) சம்பவத்தை எதிர்கொள்கிறது. இணைய சில்லறை விற்பனையில் 'வெற்றி' நுகர்வோரின் நம்பிக்கை, இணையவழி பாதுகாப்பின் முக்கியத்துவத்தை உணர்த்துகிறது. முன்பே இருக்கும் பயன்பாடுகள் மற்றும் புள்ளிவிவர தளங்களுடன் இணைய மென்பொருளை ஒருங்கிணைக்கும் தொழில்நுட்பம் தொடர்பான மற்றொரு சவாலை முன்வைக்கிறது. மின்னணு வணிக தொழில்நுட்பம் தொடர்ச்சியாக வளர்கிறது, மேலும் புதிய தொழில்நுட்பத்தை ஒருங்கிணைப்பது எப்போதும் எளிதான அல்லது மலிவான பணி அல்ல உணர்த்துகிறது.

3. சமூக சவால்கள்

சமீபத்திய ஆண்டுகளில், தனியுரிமை மற்றும் தனிப்பட்ட தகவல்களைப் பகிர்வது போன்ற பிரச்சினைகள் குறித்து நுகர்வோரின் அக்கறை அதிவேகமாக வளர்ந்துள்ளது. மொழி மற்றும் சந்தைப்படுத்தல்

முறைகளை எளிதில் பயன்படுத்தக்கூடிய பாரம்பரிய வணிகர்களைப் போல் இல்லாமல், அவர்களின் இலக்கான பார்வையாளர்களை திறமையாக கவர்ந்திழுக்கபடுவது ஆகும். இணைய விற்பனையாளர்கள் தங்கள் நீட்டிக்கப்பட்ட வாடிக்கையாளர் தளத்தில் பல மொழியியல், கலாச்சார மற்றும் சமூக வேறுபாடுகள் உள்ளன என்பதை கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும்.

குறிப்பு

4. சட்டம் சார்ந்த சவால்கள்

அறிவார்ந்த சொத்து உரிமைகள் தொடர்பான பல தீர்க்கப்படாத சட்ட சிக்கல்களை இணையவழி வணிகம் கொண்டுள்ளது. வரிவிதிப்பு தொடர்பான சட்ட சிக்கல்கள் உள்ளன: அண்மையில் உச்சநீதிமன்றத்தின் தீர்ப்பு, மாநிலங்கள் தங்கள் எல்லைக்குள் இயற்பியல் இல்லாத வணிகங்களின் இணைய விற்பனை வரிகளை வசூலிக்க முடியும் என்று தீர்ப்பளித்தது, இது நாடு முழுவதிலும் உள்ள மின்னணு வணிக நிறுவனங்களின் அடிமட்டத்தை அதிக அளவில் பாதிக்கும் திறன் உள்ளது. அதிகரித்த மின்னணு வணிக சந்தைப் பங்கிற்கான 'சிரம்மங்களில்' ஒன்று, அரசு வரி வீதத்தை அதிகரிக்க விரும்பும் மாநிலங்களுக்கு மின்னணு வணிக நிறுவனங்கள் மிகவும் விரும்பத்தக்க வரிவிதிப்பு 'இலக்காக' மாறிவிட்டன.

9.10 மின்னணு வர்த்தகத்திற்கான எதிர்கால வாய்ப்புகள்

இணையதள விற்பனையின் எதிர்காலத்தை வடிவமைக்க மின்னணு வர்த்தகதிற்கு வாய்ப்புகள் உள்ளன. அதன் எதிர்காலத்தை வடிவமைக்கும் மிக முக்கியமான இணையவழி நடவடிக்கைகளில் சில.

மின்னணு வர்த்தகத்திலிருந்து மின்னணு இல்லாத வர்த்தக வளர்ச்சி: சமீபத்திய ஆண்டுகளில் அதீத வளர்ச்சி இருந்தபோதிலும், மின்னணு வணிகம் சில்லறை விற்பனையில் சுமார் 11.9 சதவீதத்தை மட்டுமே கொண்டுள்ளது, இருப்பினும் இது ஒரு பத்தாண்டுகளுக்கு முன்பு 3.5 சதவீதமாக இருந்தது. இதன் விளைவாக, "மின்னணு வர்த்தகத்திலிருந்து(இணையதள) மின்னணு இல்லாத(பாரம்பரிய

குறிப்பு

வர்த்தகம்)" வர்த்தகத்தைக் கணிப்பதற்கான ஒரு நடவடிக்கை, ஏனெனில் வணிகர்கள் மற்றும் கடைக்காரர்களுக்கு மின்னணு வர்த்தக அனுபவத்தை வழங்க முயற்சிக்கின்றனர்.

பலதரப்பட்ட அலைவரிசைகளில் மின்னணு வணிகம்: அலைபேசி வாடிக்கையாளர்கள் 2020ஆம் ஆண்டில் 319 பில்லியன் டாலர் விற்பனை இருப்பதை கணக்கிட்டார்கள், "பலதரப்பட்ட அலைவரிசைகளில்" விற்பனையும், இது வாடிக்கையாளர்களுக்கு பல்வேறு வழிகளில் எளிதில் பொருட்களை வாங்குவதற்கான திறனை வழங்குகிறது. வெற்றிகரமான இணைய வணிகர்கள் பல இணையதளங்களில் சில்லறை விற்பனையை நிர்வகிக்கவும், பராமரிக்கவும் ஒரு உள்கட்டமைப்பு வேண்டும்.

தான்னியக்க முறை மின்னணு வணிகம்: தொழில்நுட்பம் தொடர்ந்து முன்னேறி வருவதால், இணைய வணிகர்களின் செயல்பாட்டுத் தேவைகளும் வளர்ச்சியடைகின்றன. பண்டக சாலையில் தனித்தியங்கும் முறையை நிறைவேற்றுவது, ஒரு வணிகத்தின் வலைத்தளம் சமீபத்திய தொழில்நுட்பத்துடன் முழுமையாக புதுப்பித்த நிலையில் இருப்பதை உறுதிசெய்கிறது, தினசரி அடிப்படையில் குறைந்தபட்ச மனித ஈடுபாடு தேவைப்படுகிறது, இது இணையவழி நிறுவனங்களின் தொடர்ச்சியான வெற்றிக்கு இன்றியமையாததாக இருக்கும்.

அலைபேசி மின்னணு வணிகத்தின் மூலம் வளர்ந்து வரும் தேவை: அடோப் நிறுவனத்தின் புள்ளிவிவரங்களின்படி, 2017ஆம் ஆண்டில் பிளாக் பிரைடே மற்றும் சைபர் மண்டே ஆகிய இரண்டிலும், இணைய விற்பனையில் 30 சதவீதம் மொபைல் சாதனங்கள் மூலம் வாங்கப்பட்டது. இணையவழி கொள்முதல் செய்வதற்கு கணினி மிகவும் பிரபலமாக இருந்தாலும், மொபைல் பிரபலமடைந்து வருகிறது, மேலும் இணைய வாடிக்கையாளர்களை 'தேடுவதற்கு மட்டும்' அனுமதிக்கும் ஒரு முறையாக இனி கருதக்கூடாது.

மின்வணிகத்தின் சர்வதேச வாய்ப்புகள்: சர்வதேச விற்பனை வாய்ப்புகளைத் தேடும்போது, மின்வணிக வணிகர்கள் தங்கள் பார்வைகளை ஆசிய பசிபிக் பிராந்தியத்திற்கு மாற்ற விரும்பலாம் என்று மெக்கின்சியின் ஒரு ஆய்வு தெரிவிக்கிறது. ஆசிய பசிபிக் பிராந்தியத்தில் 85 சதவீத வளர்ச்சியுடன், 2020ஆம் ஆண்டில் 1.4

பில்லியன் மக்கள் உலகளாவிய 'நடுத்தர வர்க்கத்தில்' சேருவார்கள் என்று ஆய்வில் கண்டறியப்பட்டுள்ளது. உள்;ர் கூட்டாண்மைகளை நிறுவுதல், பிராந்திய சட்டங்கள் மற்றும் பழக்கவழக்கங்களைப் பற்றி நன்கு அறிந்திருத்தல் மற்றும் வலுவான, பயனுள்ள சந்தைப்படுத்தல் ஆகியவற்றை உறுதிப்படுத்துவது, இணையவழி நிறுவனங்கள் சர்வதேச அளவில் விரிவடைவதைக் கருத்தில் கொள்வதற்கான முக்கிய கூறுகளாக இருக்கும்.

குறிப்பு

9.11 மின்னணு வர்த்தகத்தின் அண்மை கால (2019) முன்னேற்றங்கள்

1. அசைவூட்டும் படம் (Animation):

நிலையான திரையில் அசைவூட்டும் (யுniஅயவழைn) படம் எப்போதும் வாடிக்கையாளர்களை கவனத்தை ஈர்க்கும். பேஸ்புக் மற்றும் இன்ஸ்டாகிராம் போன்ற சமூக ஊடக தளங்களில் தானாக இயங்கும் வீடியோக்கள் மிகவும் பிரபலமாக இருப்பதற்கு இது ஒரு காரணம்.

வலைத்தளம் அல்லது மின்னஞ்சல் சந்தைப்படுத்தல் பிரச்சாரங்களில் அசைவூட்டும் (யுniஅயவழைn) படம் மற்றும் இயக்கத்தைப் பயன்படுத்தி குறிப்பிட்ட விவரங்களுக்கு கவனத்தை ஈர்க்கவும் பார்வையாளர்களை ஈடுபடுத்தவும் முயற்சிக்கிறது. அதை மிகைப்படுத்தாதீர்கள், ஒரு வாடிக்கையாளர் எடுக்க விரும்பும் மிக முக்கியமான செயல்களிலிருந்து கவனத்தை திசை திருப்பாமல் கவனமாக இருங்கள் (அவர்களை வாங்க வைப்பது போன்றவை).

2. சமூகத்தில் பொருட்கள் வாங்குதல் மற்றும் உள்ளூர் பொருட்களை வாங்குதல்

இன்ஸ்டாகிராம் மற்றும் பின்ட்ரஸ்ட் போன்ற பிரபலமான காட்சி தளங்கள் இணையவழி வர்த்தக பொருட்கள் வாடிக்கையாளர்களுக்கு ஆக்கபூர்வமான, இயற்கையான வழிகளில் சந்தைப்படுத்தக்கூடிய வழிகளை தொடர்ந்து மேம்படுத்துகின்றன. பயன்பாட்டு பொருட்கள் வாங்குதல் முறைகள் உங்களுடைய வாடிக்கையாளர்களுக்கு

குறிப்பு

விருப்பமான தளத்தை விட்டு வெளியேறாமல் தயாரிப்புகளை வாங்க அனுமதித்தால், விற்பனையாளர்களுக்கு அதிக நம்பிக்கையையும் பாதுகாப்பையும் ஊக்குவிக்கும்.

3. தான்னியக்க முறை

தொழில்முனைவோர் மின்னணு வணிகத்தில் தான்னியக்க முறையை பயன்படுத்தினால், அதிகமான பணிகள், வணிக மாதிரியை எளிதில் அளவிடக்கூடியதாக மாறும். 2019-இல் இலக்கு, சந்தைப்படுத்தல், வாடிக்கையாளர் சேவை மற்றும் பூர்த்தி செய்தல் போன்ற பல அம்சங்களை தொழில்முனைவோர்களின் ∴ வாடிக்கையாளர்களின் மனித வளங்களுக்கு மனஅழுத்தத்தைக் குறைக்க தான்னியக்க முறையைப் பயன்படுத்தப்படலாம்.

4. செல்வாக்கை சந்தைப்படுத்தல்

இது ஒரு புதிய போக்கு அல்ல என்றாலும், இது தொடர்ந்து நடைமுறையில் உள்ளது மற்றும் அதிக லாபம் ஈட்டுகிறது. சமூக ஊடக செல்வாக்கு செலுத்துபவர்கள் ஆர்வமுள்ளவர்களாகவும், ஆக்கபூர்வமான கூட்டாண்மைகளை உருவாக்குகிறார்களாகவும், இது வளர்ந்து வரும் வர்த்தக பொருட்களை முக்கிய பார்வையாளர்களுடன் இணைக்க அனுமதிக்கிறது மற்றும் வாய்-மொழி வார்த்தை சந்தைப்படுத்தல் மூலம் நம்பிக்கையை உருவாக்குகிறது.

5. செயற்கை நுண்ணறிவு

உரையாடலின் எழுச்சி செயற்கை நுண்ணறிவு (பொதுவாக சாட்போட்கள் (chatbots) என அழைக்கப்படுகிறது) என்பது 2019 ஆம் ஆண்டின் மிகவும் பிரபலமான இணையவழி போக்குகளில் ஒன்றாகும், இது வர்த்தக பொருட்களின் வாடிக்கையாளர்களுடன் அளவோடு தொடர்பு கொள்ள உதவுகிறது. பொதுவான வாடிக்கையாளர் கேள்விகளுக்கு பதிலளிப்பதோடு மட்டுமல்லாமல், இணைய விற்பனையாளர்களுக்கான கொள்முதல் செயல்முறையையும் செய்தியனுப்பும் வழிமுறை மூலம் எளிதாக்குகின்றன.

குறிப்பு

இந்த இணையவழி போக்கு, பரபரப்பான நுகர்வோருக்கு பகல் நேரம் அல்லது ஒரு நிறுவனத்தை தொடர்பு கொள்ள அவர்கள் தேர்வு செய்யும் தளம் ஆகியவற்றைப் பொருட்படுத்தாமல் உடனடி பதில்களைக் கோருகிறது. செயற்கை நுண்ணறிவு அனைத்து தளங்களிலும் ஒரே நேரத்தில் வாடிக்கையாளர்களை ஆதரிக்க இணையவழி வணிகங்களை அனுமதிக்கிறது.

6. உயர்தர புகைப்படங்கள் மற்றும் காணோளிகள்

கோப்பு(பழைய) புகைப்படங்கள் உங்களுடைய விற்பனை பொருட்களை வேறுபடுத்துவது கடினம். விற்பனையாளர்களுக்கு மறக்கமுடியாத அனுபவத்தை உருவாக்க வலைத்தளம், மின்னஞ்சல் மற்றும் சமூக ஊடகங்களில் விற்பனை பொருட்களின் புகைப்படம் மற்றும் காணோளிகளைப் பயன்படுத்தலாம். 2019-ல் உருவாக்கப்பட்ட 360^{o} காணோளி தயாரிப்புகள் மற்றொரு பிரபலமான இணையவழி முன்னேற்றமாகும்.

7. பிரதிநிதித்துவத்தில் பன்முகத்தன்மை

அதிகமான மின்னணு வர்த்தக பொருட்கள் இறுதியாக உண்மை போல தோற்றமளிக்கும் மாதிரிகளைப் பயன்படுத்துவதன் மூலம் வாடிக்கையாளர்களை கவர்ந்திழுக்க முடியும் என்பதைப் புரிந்துகொள்ளத் தொடங்கியுள்ளன. அமெரிக்கன் ஈகிளின் ஒரு பிரிவான ஏரி என்ற உள்ளாடைகளுக்கு, சமீபத்தில் அவர்களின் புதிய #ஏரிரீல் (#AerieReal) விற்பனையைத் தொடங்கியதன் மூலம் உள்ளாடைத் தொழிலில் முதலிடம் பிடித்தது: பல்வேறு குறைபாடுகள், நிலைமைகள், நலமற்றவர்கள் மற்றும் உடலில் முடிகளைக் கொண்ட விளம்பர ஆண் ∴ பெண் மாடல்களைக் கொண்டு இடம்பெறும் ஒரு சந்தைப்படுத்தல் பிரச்சாரம். அவர்களின் முயற்சிகள் மிகவும் அதிர்ச்சியூட்டும் வகையில் புத்துணர்ச்சியூட்டுவதாக இருந்தன, அவர்களின் பிரச்சாரம் எங்கும் பரவியது, மேலும் உலகெங்கிலும் உள்ள செய்தி நிறுவனங்களிலிருந்து ஏரி நிறுவன விளம்பரம் இடம்பெற்றது. மிக முக்கியமாக, எல்லா வடிவங்கள், அளவுகள், இனங்கள் மற்றும் வாழ்க்கை அனுபவங்களின் மகளிர் முதல்முறையாக அவர்களைப் போலவே தோற்றமளிக்கும்

குறிப்பு

மாதிரிகளைக் காண முடிந்தது. ஆச்சரியப்படத்தக்க வகையில், அமெரிக்க ஈகிளின் பங்கு விலை பிரச்சாரத்தை அடுத்து கணிசமாக உயர்ந்தது.

8. வளர்ந்த மெய்ம்மை மற்றும் மெய்நிகர் மெய்ம்மை (யுசு மற்றும் ஏசு)

(Augmented Reality) டிஜிட்டல் கூறுகளை நேரடி பார்வைக்கு சேர்க்கிறது. (Virtual Reality) என்பது ஒரு முழுமையான மூழ்கும் அனுபவத்தைக் குறிக்கிறது. பயனர்கள் பல நிஜ உலக மற்றும் கற்பனை சூழல்களுக்கு கொண்டு செல்ல முடியும்.

முதலில் பொருட்களை வாங்காமல் உங்களுடைய வீடு அல்லது அலுவலகத்தை வடிவமைக்கும் திறனை கற்பனை செய்து பாருங்கள். வளர்ந்த யதார்த்தம் மற்றும் மெய்நிகர் யதார்த்தத்துடன், இது புதுமையான இணையவழி நிறுவனங்களுக்கான பொதுவான பயன்பாடாக மாறி வருகிறது. யுசு- செயல்படுத்தப்பட்ட பொருட்கள் வாங்கும் அனுபவத்தைப் பயன்படுத்துவதன் மூலம் கடைக்காரர்களை வாங்குபவர்களாக மாற்றுவது எப்படி என்பதற்கு (ஆயபழெடயை ஆயசமநவ) மாக்னோலியா அங்காடி ஒரு சிறந்த எடுத்துக்காட்டு, பயனாளர்கள் வீட்டு தயாரிப்புகளை வாங்குவதற்கு முன்பு அவற்றைக் காட்சிப்படுத்த அனுமதிக்கிறது.

9. இயந்திரத்தைப் பற்றி கற்றறிதல்

செயற்கை நுண்ணறிவு அடிப்படையிலான மின்வணிகம் இன்னும் அதன் ஆரம்ப வளர்ச்சியில் உள்ளது, ஆனால் 2019 நிச்சயமாக அதன் வளர்ந்த நாடுகள் பயன்படுத்திய நேரம். எளிய ஆட்டோமேஷன்களைப் போலன்றி, மேம்பட்ட இயந்திரத்தைப் பற்றி கற்றறிதல் தனிப்பட்ட பயனாளர்கள் வாங்கிய பொருட்களை எவ்வாறு பயன்படுத்துகின்றனர் என்பதை ஆழமாகத் தனிப்பயனாக்க அனுமதிக்கிறது.

வாடிக்கையாளர் புள்ளிவிவரங்களின்படி குறிப்பிட்ட புலங்களைத் தனிப்பயனாக்குவதற்கு அப்பால், கொள்முதல் வரலாறு போன்ற வாடிக்கையாளர் நடத்தை முறைகளால் மின்னஞ்சல் சந்தைப்படுத்தல் பிரச்சாரங்களைத் தூண்டலாம். எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு வாடிக்கையாளர்

ஒவ்வொரு சில மாதங்களுக்கும் ஒரு தயாரிப்புக்கு வழக்கமாக பதிவு செய்தால், கணினியில் எதிர்கால மறுபதிவைத் தூண்டும் நினைவூட்டல் மின்னஞ்சல்களை அனுப்ப முடியும்.

குறிப்பு

10. ஓரே சுண்டுதலில் கொள்முதல்

2019ஆம் ஆண்டில், ஒரு இணையவழி விற்பனையகம் அலைபேசி பயன்பாட்டுடன் இருக்க வேண்டும். புதுப்பித்தல் செயல்முறையை முடிந்தவரை எளிமையாகவும் சுலபமாகவும் இருக்க வேண்டும். ஆனால் நீங்கள் 2019ஆம் ஆண்டில் மின்னணு வர்த்தக நடவடிக்கைகளைத் தொடர விரும்பினால், ஓரே சுண்டுதலில் வரிசைப்படுத்துவதை நோக்கமாகக் கொள்ளுங்கள். இது வாங்கும் தன்மையை அதிகரிக்கும், உங்களுடைய மாற்று விகிதத்தை அதிகரிக்கும் மற்றும் விற்பனை அதிகமுள்ள வணிகரைத் திருப்திப்படுத்தலாம்.

11. குரல் மூலம் இணையதள தேடல்

புழுபடந உள்ளீட்டு கருவி உதவியாளர் மற்றும் அலெக்சா மிகவும் பிரபலமடைவதால், மொபைல் சாதனங்களில் குரல் மூலம் தேடல் பெரும்பாலும் வாங்குவதற்குப் பயன்படுத்தப்படுகிறது. 2018-ம் ஆண்டில் குரல் மூலம் தேடலுக்கான இணையவழி விற்பனையை மேம்படுத்தி ஒரு வணிகத்தை நிலைநிறுத்தலாம். சிறந்த முடிவுகளுக்கு, வாடிக்கையாளர்கள் உண்மையில் பயன்படுத்தும் இலக்கை அடைய மொழியை குரல் மூலம் பிரதிபலிக்க இணையதள தேடல் பயன்படுத்தப்படுகிறது.

12. படங்கள் மூலம் தேடல்

ஈபே, பிண்ட்ரெஸ்ட் மற்றும் கூகிள் போன்ற தேடுபொறிகள் இப்போது புகைப்படத்தை பதிவேற்றுவதன் மூலம் தயாரிப்புகளைத் தேட பயனர்களை அனுமதிக்கின்றன. காட்சித் தேடல் பயனர்களுக்கு ஒத்த தயாரிப்புகளைக் கண்டறிந்து விருப்பங்களை ஒப்பிடுவதை எளிதாக்குகிறது.

13. அடுத்த நாள் விநியோகம்

குறிப்பு

ஒரு நிறுவனத்தால் விரைவாக பதிவுகளை நிறைவேற்ற முடியாவிட்டால், விரைவான விநியோகத்திற்கு இடமளிக்கக்கூடிய மூன்றாம் தரப்பு தளவாட நிறுவனத்திற்கு விநியோகத்தை வழங்குவதன் மூலம் பூர்த்தி செய்யலாம்.

9.12 உங்களுடைய முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்கவும்

1. மின்னணு வணிகத்தைத் தொடங்குவதற்கான நடவடிக்கைகளைக் குறிப்பிடவும்?
2. எதிர்காலத்தில் மின்னணு வணிகம் கிடைக்கக்கூடிய வாய்ப்புகள் யாவை?
3. 2019-ம் ஆண்டில் மின்னணு வணிகத்திற்கான சமீபத்திய நடவடிக்கைகளை நிரூபிக்கவும்?

9.13 குறுகிய பதில்களுக்கான கேள்விகள்

1. மின்னணு வர்த்தகம் என்றால் என்ன?
2. மின்னணு வர்த்தகத்தின் சில எடுத்துக்காட்டுகளைக் கொடுக்கவும்.
3. மின்னணு வர்த்தகத்தின் ஏதேனும் மூன்று தீமைகளை விவரிக்கவும்.
4. மின்னணு வர்த்தகம் தொடர்பான ஏதேனும் ஆறு வகையான நடவடிக்கைகளைக் குறிப்பிடவும்.
5. ஒரு சிறு குறிப்பை எழுதுங்கள்:
   (i) அலைபேசி மின்னணு வர்த்தகம் வளர்ச்சியைக் குறிப்பிடவும்.
   (ii) மின்னணு வர்த்தகத்திலிருந்து மின்னணு இல்லாத வர்த்தகத்தை வரையறுக்கவும்.

9.14 நீண்ட பதில்களுக்கான கேள்விகள்

1. மின்னணு வர்த்தக மாதிரிகளின் வகைகளை விளக்குங்கள்.
2. மின்னணு வர்த்தகத்தின் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகள் யாவை?
3. மின்னணு வர்த்தகம் எதிர்கொள்ளும் சவால்களை விளக்கவும்.

குறிப்பு

4. கட்டமைப்பு மின்னணு வர்த்தகத்தின் வகைகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

5. மின்னணு வர்த்தகத்தின் சமீபத்திய நடவடிக்கைகளை விவரிக்கவும்.

9.15 உங்களுடைய முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்கும் பதில்கள்

1. கடன் அட்டை செயலாக்கம் உட்பட வணிகங்கள் மற்றும் நுகர்வோர் இணையம் வழியாக நடத்தும் எந்தவொரு பரிவர்த்தனையும் மின்வணிகத்தில் அடங்கும்.

i. திட்டமிடல்

ii. அங்காடி செயல்திட்டத்தை உருவாக்குதல்

iii. தொழில்நுட்ப தேவைகளைப் புரிந்துகொள்வது.

2. மின்னணு வர்த்தகத்திலிருந்து மின்னணு இல்லாத வர்த்தக வளர்ச்சி: சமீபத்திய ஆண்டுகளில் அதீத வளர்ச்சி இருந்தபோதிலும், மின்னணு வணிகம் சில்லறை விற்பனையில் சுமார் 11.9 சதவீதத்தை மட்டுமே கொண்டுள்ளது, இருப்பினும் இது ஒரு பத்தாண்டுகளுக்கு முன்பு 3.5 சதவீதமாக இருந்தது. இதன் விளைவாக, "மின்னணு வர்த்தகத்திலிருந்து மின்னணு இல்லாத" வர்த்தகத்தைக் கணிப்பதற்கான ஒரு நடவடிக்கை, ஏனெனில் வணிகர்கள் மற்றும் கடைக்காரர்களுக்கு மின்னணு வர்த்தக அனுபவத்தை வழங்க முயற்சிக்கின்றனர்.

பலதரப்பட்ட அலைவரிசைகளில் மின்னணு வணிகம்: அலைபேசி வாடிக்கையாளர்கள் 2020ஆம் ஆண்டில் 319 பில்லியன் டாலர் விற்பனையையும், "பலதரப்பட்ட அலைவரிசைகளில்" விற்பனையையும் கணக்கிட்டார்கள். இது வாடிக்கையாளர்களுக்கு பல்வேறு வழிகளில் எளிதில் பொருட்களை வாங்குவதற்கான திறனை வழங்குகிறது. வெற்றிகரமான இணைய வணிகர்கள் பல இணையதளங்களில் சில்லறை விற்பனையை நிர்வகிக்கவும், பராமரிக்கவும் ஒரு உள்கட்டமைப்பு வேண்டும்.

தன்னியக்க முறை மின்னணு வணிகம்: தொழில்நுட்பம் தொடர்ந்து முன்னேறி வருவதால், இணைய வணிகர்களின் செயல்பாட்டுத்

குறிப்பு

தேவைகளும் வளர்ச்சியடைகின்றன. பண்டக சாலையில் தனித்தியங்கும் முறையை நிறைவேற்றுவது, ஒரு வணிகத்தின் வலைத்தளம் சமீபத்திய தொழில்நுட்பத்துடன் முழுமையாக புதுப்பித்த நிலையில் இருப்பதை உறுதிசெய்கிறது, தினசரி அடிப்படையில் குறைந்தபட்ச மனித ஈடுபாடு தேவைப்படுகிறது, இது இணையவழி நிறுவனங்களின் தொடர்ச்சியான வெற்றிக்கு இன்றியமையாததாக இருக்கும்.

1. அனிமேஷன்

நிலையான திரையில் இயக்கம் எப்போதும் கவனத்தை ஈர்க்கும். பேஸ்புக் மற்றும் இன்ஸ்டாகிராம் போன்ற சமூக ஊடக தளங்களில் தானாக இயங்கும் வீடியோக்கள் மிகவும் பிரபலமாக இருப்பதற்கு இது ஒரு காரணம்.

குறிப்பிட்ட விவரங்களுக்கு கவனத்தை ஈர்க்கவும் பார்வையாளர்களை ஈடுபடுத்தவும் உங்களுடைய வலைத்தளம் அல்லது மின்னஞ்சல் சந்தைப்படுத்தல் பிரச்சாரங்களில் அனிமேஷன் மற்றும் இயக்கத்தைப் பயன்படுத்தவும். அதை மிகைப்படுத்தாதீர்கள், ஒரு வாடிக்கையாளர் எடுக்க விரும்பும் மிக முக்கியமான செயல்களிலிருந்து கவனத்தை திசை திருப்பாமல் கவனமாக இருங்கள் (அவர்கள் வாங்கியதை முடிப்பது போன்றவை).

2. சமூக ஷாப்பிங் மற்றும் நேட்டிவ் ஷாப்பிங்

Instagram மற்றும் Pinterest போன்ற பிரபலமான காட்சி தளங்கள் இணையவழி பிராண்டுகள் வாடிக்கையாளர்களுக்கு ஆக்கபூர்வமான, கரிம வழிகளில் சந்தைப்படுத்தக்கூடிய வழிகளை தொடர்ந்து மேம்படுத்துகின்றன. பயன்பாட்டு ஷாப்பிங் முறைகள் உங்களுடைய வாடிக்கையாளர்களுக்கு விருப்பமான தளத்தை விட்டு வெளியேறாமல் தயாரிப்புகளை வாங்க அனுமதிக்கும், மேலும் கடைக்காரர்களுக்கு அதிக நம்பிக்கையையும் பாதுகாப்பையும் ஊக்குவிக்கும்.

3. ஆட்டோமேஷன்

குறிப்பு

உங்களுடைய வணிகத்தை சானியங்குபடுத்தக்கூடிய பணிகள், உங்களுடைய வணிக மாதிரியை எளிதில் அளவிடக்கூடியதாக மாறும். இலக்கு, சந்தைப்படுத்தல், வாடிக்கையாளர் சேவை மற்றும் பூர்த்தி செய்தல் போன்ற பல அம்சங்களை இப்போது 2019இல் உங்களுடைய மனித வளங்களுக்கு அழுத்தம் கொடுக்க தானியக்கமாக்கலாம்.

4. செல்வாக்கு சந்தைப்படுத்தல்

இது ஒரு புதிய போக்கு அல்ல என்றாலும், இது தொடர்ந்து நடைமுறையில் உள்ளது மற்றும் அதிக லாபம் ஈட்டுகிறது. சமூக ஊடக செல்வாக்கு செலுத்துபவர்கள் ஆர்வமுள்ளவர்களாக இருக்கிறார்கள், ஆக்கபூர்வமான கூட்டாண்மைகளை உருவாக்குகிறார்கள், இது வளர்ந்து வரும் பிராண்டுகளை முக்கிய பார்வையாளர்களுடன் இணைக்க அனுமதிக்கிறது மற்றும் வாய்-வாய்வழி சந்தைப்படுத்தல் மூலம் நம்பிக்கையை உருவாக்குகிறது.

5. செயற்கை நுண்ணறிவு

உரையாடலின் எழுச்சி யுஜ (பொதுவாக சாட்போட்கள் என அழைக்கப்படுகிறது) என்பது 2019ஆம் ஆண்டின் மிகவும் பிரபலமான இணையவழி போக்குகளில் ஒன்றாகும், இது பிராண்டுகள் வாடிக்கையாளர்களுடன் அளவோடு தொடர்பு கொள்ள உதவுகிறது. பொதுவான வாடிக்கையாளர் கேள்விகளுக்கு பதிலளிப்பதோடு மட்டுமல்லாமல், இணைய கடைக்காரர்களுக்கான கொள்முதல் செயல்முறையை மெசஞ்சர் போட்களும் எளிதாக்குகின்றன.

இந்த இணையவழி போக்கு, பிஸியான நுகர்வோருக்கு பகல் நேரம் அல்லது ஒரு நிறுவனத்தை தொடர்பு கொள்ள அவர்கள் தேர்வு செய்யும் தளம் ஆகியவற்றைப் பொருட்படுத்தாமல், உடனடி பதில்களைக் கோருகிறது. அனைத்து தளங்களிலும் ஒரே நேரத்தில் வாடிக்கையாளர்களை ஆதரிக்க இணையவழி வணிகங்களை யுஜ அனுமதிக்கிறது.

6. உயர்தர புகைப்படங்கள் மற்றும் வீடியோக்கள்

குறிப்பு

பங்கு புகைப்படங்கள் உங்களுடைய பிராண்டை வேறுபடுத்துவது கடினம். கடைக்காரர்களுக்கு மறக்கமுடியாத அனுபவத்தை உருவாக்க உங்களுடைய வலைத்தளம், மின்னஞ்சல் மற்றும் சமூக ஊடகங்களில் பிராண்டட் புகைப்படம் மற்றும் வீடியோகிரா.்.பி பயன்படுத்தவும். 360 டிகிரி தயாரிப்பு வீடியோக்கள் 2019இல் மற்றொரு பிரபலமான இணையவழி போக்கு.

7. பிரதிநிதித்துவத்தில் பன்முகத்தன்மை

ஒருபோதும் இல்லாததை விட தாமதமாக, அதிகமான மின்னணு வர்த்தகம் பிராண்டுகள் இறுதியாக உண்மையான நபர்களைப் போல தோற்றமளிக்கும் மாதிரிகளைப் பயன்படுத்துவதன் மூலம் வாடிக்கையாளர்களைக் கவர்ந்திழுக்க முடியும் என்பதைப் புரிந்துகொள்ளத் தொடங்கியுள்ளன. அமெரிக்கன் ஈகிளின் ஒரு பிரிவான ஏரி, சமீபத்தில் அவர்களின் புதிய ஏரிரீல் பிரச்சாரத்தைத் தொடங்குவதன் மூலம் உள்ளாடைத் தொழிலில் முதலிடம் பிடித்தது. பல்வேறு குறைபாடுகள், நிலைமைகள், நோய்கள் மற்றும் உடல் கூந்தல் கொண்ட மாதிரிகள் இடம்பெறும் ஒரு சந்தைப்படுத்தல் பிரச்சாரம். அவர்களின் முயற்சிகள் மிகவும் புத்துணர்ச்சியூட்டுவதாக இருந்தன. அவர்களின் பிரச்சாரம் வைரலாகியது, மேலும் உலகெங்கிலும் உள்ள செய்தி நிறுவனங்களிலிருந்து ஏரி விளம்பரம் பெற்றது. மிக முக்கியமாக, எல்லா வடிவங்கள், அளவுகள், இனங்கள் மற்றும் வாழ்க்கை அனுபவங்களின் மகளிர் முதல்முறையாக அவர்களைப் போலவே தோற்றமளிக்கும் மாதிரிகளைக் காண முடிந்தது. ஆச்சரியப்படத்தக்க வகையில், அமெரிக்க ஈகிளின் பங்கு விலை பிரச்சாரத்தை அடுத்து கணிசமாக உயர்ந்தது.

1. அசைவூட்டும் படம்:

நிலையான திரையில் அசைவூட்டும் படம் எப்போதும் கவனத்தை ஈர்க்கும். பேஸ்புக் மற்றும் இன்ஸ்டாகிராம் போன்ற சமூக ஊடக தளங்களில் தானாக இயங்கும் வீடியோக்கள் மிகவும் பிரபலமாக இருப்பதற்கு இது ஒரு காரணம்.

குறிப்பு

வலைத்தளம் அல்லது மின்னஞ்சல் சந்தைப்படுத்தல் பிரச்சாரங்களில் அசைவூட்டும் படம் மற்றும் இயக்கத்தைப் பயன்படுத்தி குறிப்பிட்ட விவரங்களுக்கு கவனத்தை ஈர்க்கவும் பார்வையாளர்களை ஈடுபடுத்தவும் முயற்சிக்கிறது. அதை மிகைப்படுத்தாதீர்கள், ஒரு வாடிக்கையாளர் எடுக்க விரும்பும் மிக முக்கியமான செயல்களிலிருந்து கவனத்தை திசை திருப்பாமல் கவனமாக இருங்கள் (அவர்களை வாங்க வைப்பது போன்றவை).

2. சமூக ஷாப்பிங் மற்றும் நேட்டிவ் ஷாப்பிங்

இன்ஸ்டாகிராம் மற்றும் பின்ட்ரஸ்ட் போன்ற பிரபலமான காட்சி தளங்கள் இணையவழி வர்த்தக பொருட்கள் வாடிக்கையாளர்களுக்கு ஆக்கபூர்வமான, சரியான வழிகளில் சந்தைப்படுத்தக்கூடிய வழிகளை தொடர்ந்து மேம்படுத்துகின்றன. பயன்பாட்டு ஷாப்பிங் முறைகள் உங்களுடைய வாடிக்கையாளர்களுக்கு விருப்பமான தளத்தை விட்டு வெளியேறாமல் தயாரிப்புகளை வாங்க அனுமதித்தால், விற்பனையாளர்களுக்கு அதிக நம்பிக்கையையும் பாதுகாப்பையும் ஊக்குவிக்கும்.

3. தன்னியக்க முறை

2019-ல் மின்னணு வணிகத்தில் தன்னியக்க முறையை பயன்படுத்தினால், வணிக மாதிரியை எளிதில் அளவிடக்கூடியதாக மாறும், மேலும் இலக்கு, சந்தைப்படுத்தல், வாடிக்கையாளர் சேவை மற்றும் தேவையை பூர்த்தி செய்தல் போன்ற பல அம்சங்களை முன்னேற்றி பயனாளர்களின் மனஅழுத்தத்தைக் குறைக்க தன்னியக்க முறையைப் பயன்படுத்தப்பட்டது.

4. செல்வாக்கை சந்தைப்படுத்தல்

இது ஒரு புதிய போக்கு அல்ல என்றாலும், இது தொடர்ந்து நடைமுறையில் உள்ளது மற்றும் அதிக லாபம் ஈட்டுகிறது. சமூக ஊடக செல்வாக்கு செலுத்துபவர்கள் ஆர்வமுள்ளவர்களாக இருக்கிறார்கள், ஆக்கபூர்வமான கூட்டாண்மைகளை உருவாக்குகிறார்கள், இது வளர்ந்து வரும் வர்த்தக பொருட்களை முக்கிய பார்வையாளர்களுடன் இணைக்க

அனுமதிக்கிறது மற்றும் வாய்-வார்த்தை சந்தைப்படுத்தல் மூலம் நம்பிக்கையை உருவாக்குகிறது.

குறிப்பு

5. செயற்கை நுண்ணறிவு

உரையாடலின் எழுச்சி யுஐ (பொதுவாக சாட்போட்கள் (உரையாடல்கள்) என அழைக்கப்படுகிறது) என்பது 2019ஆம் ஆண்டின் மிகவும் பிரபலமான இணையவழி போக்குகளில் ஒன்றாகும், இது வர்த்தக பொருட்களின் வாடிக்கையாளர்களுடன் அளவோடு தொடர்பு கொள்ள உதவுகிறது. பொதுவான வாடிக்கையாளர் கேள்விகளுக்கு பதிலளிப்பதோடு மட்டுமல்லாமல், இணைய விற்பனையாளர்களுக்கான கொள்முதல் செயல்முறையை செய்தியனுப்புவதன் மூலம் எளிதாக்குகின்றன.

இந்த இணையவழி போக்கு, பிஸியான நுகர்வோருக்கு பகல் நேரம் அல்லது ஒரு நிறுவனத்தை தொடர்பு கொள்ள அவர்கள் தேர்வு செய்யும் தளம் ஆகியவற்றைப் பொருட்படுத்தாமல், உடனடி பதில்களைத் தருகிறது. அனைத்து தளங்களிலும் ஒரே நேரத்தில் வாடிக்கையாளர்களை ஆதரிக்க இணையவழி வணிகங்களை யுஐ அனுமதிக்கிறது.

6. உயர்தர புகைப்படங்கள் மற்றும் காணொளிகள்

கோப்பு புகைப்படங்கள் உங்களுடைய விற்பனை பொருட்களை வேறுபடுத்துவது கடினம். விற்பனையாளர்களுக்கு மறக்கமுடியாத அனுபவத்தை உருவாக்க வலைத்தளம், மின்னஞ்சல் மற்றும் சமூக ஊடகங்களில் விற்பனை பொருட்களின் புகைப்படம் மற்றும் காணொளிகளைப் பயன்படுத்தலாம். 360 டிகிரி காணொளி தயாரிப்புகள் 2019-ல் மற்றொரு பிரபலமான இணையவழி முன்னேற்றமாகும்.

7. பிரதிநிதித்துவத்தில் பன்முகத்தன்மை

அதிகமான மின்னணு வர்த்தக பொருட்கள் இறுதியாக உண்மை போல தோற்றமளிக்கும் மாதிரிகளைப் பயன்படுத்துவதன் மூலம் வாடிக்கையாளர்களை முடிந்தளவு விரைவிலேயே, கவர்ந்திழுக்க முடியும் என்பதைப் புரிந்துகொள்ளத் தொடங்கியுள்ளன. அமெரிக்கன் ஈகிளின் ஒரு பிரிவான ஏரி என்ற உள்ளாடைகளுக்கு, சமீபத்தில் அவர்களின்

புதிய #ஏரிரீல் (#AerieReal) விற்பனையைத் தொடங்கியதன் மூலம் உள்ளாடைத் தொழிலில் முதலிடம் பிடித்தது: பல்வேறு குறைபாடுகள், நிலைமைகள், நலமற்றவர்கள் மற்றும் உடலில் முடிகளைக் கொண்ட விளம்பர அழகிகளைக் கொண்டு இடம்பெறும் ஒரு சந்தைப்படுத்தல் பிரச்சாரம். அவர்களின் முயற்சிகள் மிகவும் புத்துணர்ச்சியூட்டுவதாக இருந்தன, அவர்களின் பிரச்சாரம் எங்கும் பரவியது, மேலும் உலகெங்கிலும் உள்ள செய்தி நிறுவனங்களிலிருந்து ஏரி நிறுவன விளம்பரம் இடம்பெற்றது. மிக முக்கியமாக, எல்லா வடிவங்கள், அளவுகள், இனங்கள் மற்றும் வாழ்க்கை அனுபவங்களின் மகளிர் முதல்முறையாக அவர்களைப் போலவே தோற்றமளிக்கும் மாதிரிகளைக் காண முடிந்தது. ஆச்சரியப்படத்தக்க வகையில், அமெரிக்க ஈகிளின் பங்கு விலை பிரச்சாரத்தை அடுத்து கணிசமாக உயர்ந்தது.

குறிப்பு

பகுதி - 10

தொழில்முனைவோரின் பரிணாமம்

அமைப்பு:

குறிப்பு

10.1 அறிமுகம்

இந்தியாவில் நவீன தொழில்துறை உற்பத்தியின் வரலாறு பழையதல்ல, ஆனால் நாட்டில் வேளாண்மை அல்லாத தொழில்துறை உற்பத்தி உண்மையில் பழமையானது. பழங்குடியின கைவினைஞர்களால் தயாரிக்கப்பட்ட கலைத் தரத்தின் கைவினைப்பொருட்கள் 17 மற்றும் 18ஆம் நூற்றாண்டுகளில் அவ்விடத்தின் பெருமையைப் பெற்றன. வாரணாசியில் பட்டு நெசவு, காஷ்மீரின் கம்பளி சால்வைகள், ராஜஸ்தானின் கல் செதுக்கல்கள் மற்றும் படோஹி-மிர்ஜாப்பூரின் கம்பளங்கள் ஆகியவை இதற்கு உதாரணங்களாகும். இந்தியாவில் உள்நாட்டு தொழில்முனைவோரின் எழுச்சி திகைக்க வைக்கிறது. அரசியல், சமூக மற்றும் கலாச்சார காரணிகள் இவற்றில் பங்களிக்கின்றன.

10.2 வரலாற்று முன்னோக்கமுள்ள சந்தை மதிப்பீடு

1. இந்தியாவில் தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டுக்கான சில முக்கிய வரலாற்று நிலைமைகள் பின்வருமாறு:

1. பாரம்பரிய இந்தியாவில் வேளாண்மை அல்லாத உற்பத்தி
2. சாதி அடிப்படையிலான உற்பத்தி அமைப்பு
3. இந்திய தொழில்முனைவோரின் எழுச்சி.

1. பாரம்பரிய இந்தியாவில் வேளாண்மை அல்லாத உற்பத்தி

இந்தியாவில் தொழிற்சாலை அடிப்படையிலான தொழில்துறை உற்பத்தி ஒரு நூற்றாண்டுக்கு முன்பு தொடங்கியது. வேளாண்மை

அல்லாத உற்பத்தி முகலாய காலத்தில் இருந்தது, இது உலகில் சிறந்து விளங்கியது.

நாட்டின் உயர்ந்த திறமையான கைவினைஞர்கள் பருத்தித் துணிரகங்கள், போக்குவரத்து வழிமுறைகள் (குறிப்பாக கப்பல் கட்டுதல்), வீடு கட்டுதல், உலோகம் மற்றும் கல் வேலைகளில் ஈடுபட்டனர். பருத்தி ஜவுளி முக்கியமாக இந்தியாவின் ஒவ்வொரு பகுதியிலும் தயாரிக்கப்பட்டு உருவாக்கப்பட்டது.

சிறந்த தரமான துணிக்கு டக்கா, பாட்னா, பனாரஸ், லாகூர், முல்தான் மற்றும் அலகாபாத் ஆகியவை புகழ் பெற்ற இடங்களாக இருந்தன. உற்பத்திக்கு பயன்படுத்தப்படும் தொழில்நுட்பம் எளிமையானது மற்றும் மலிவானது. நகர்ப்புற சந்தை மிகவும் சிறியதாக இருந்தது, கிராம நுகர்வுக்குப் பிறகு உற்பத்தியின் எச்சங்கள்(உபரி) மட்டுமே பிற இடங்களுக்கு கொண்டு செல்லப்பட்டன.

குறிப்பு

2. சாதி அடிப்படையிலான உற்பத்தி அமைப்பு

காலனித்துவத்திற்கு முந்தைய இந்தியாவில், உற்பத்தி முக்கியமாக கிராமப்புற நடவடிக்கையாக இருந்தது. வேளாண்மை மற்றும் வேளாண்மை அல்லாத உற்பத்தி நடவடிக்கைகள் கிராமத்தின் சாதி அடிப்படையிலான சமூக அமைப்போடு கிராம வாழ்க்கைக்கு தன்னிறைவு அளிக்கும் வகையில் இணைக்கப்பட்டன.

நெசவாளர்கள், குயவர்கள், தச்சர்கள், இரும்பு ஆசாரிகள் போன்ற கைவினைஞர், சாதிகள் மற்றும் முடி திருத்துவோர்கள், தானியங்களை பதப்படுபவர்கள், தண்ணீர் விநியோகம் செய்பவர் மற்றும் ஆண் சலவைத் தொழிலாளிகள் போன்ற நிலையான பரம்பரை தொழில்களைக் கொண்ட சில சேவை வகையின் உறவில் பிணைக்கப்பட்டுள்ளன. சேவையை வழங்கும் தொழில் சாதிகள் பாரம்பரியமாக ஒருவருக்கொருவர் வாடிக்கையாளர்-காப்பாளர் வகையின் உறவில் பிணைக்கப்பட்டுள்ளன.

இந்த சமூக-பொருளாதார நிறுவனம் 'ஜஜ்மானி' அமைப்பு என்று அழைக்கப்பட்டது. 'ஜஜ்மானி' முறையை வில்லியம் வைசர் மற்றும் கே போன்ற செயல்பாட்டாளர்கள் பாராட்டியுள்ளனர்.

குறிப்பு

3. இந்திய தொழில்முனைவோரின் எழுச்சி

இந்தியாவில் நவீன தொழில்துறை நடவடிக்கைகள் பத்தொன்பதாம் நூற்றாண்டின் நடுப்பகுதியில் தொடங்கியது. டாடா இரும்பு மற்றும் கம்பி தொழிற்சாலை 1911ஆம் ஆண்டில் தொடங்கப்பட்ட முதல் இந்திய நிறுவனமாகும்.

பருத்தி, சணல் மற்றும் நிலக்கரி ஆகிய தொழில்துறைகள் முதலில் உருவாக்கிய துறைகள் ஆகும். டெக்னோ சர்வ் என்பது ஒரு சர்வதேச இலாப நோக்கற்ற நிறுவனம். மேலும், தகவல், மூலதனம் மற்றும் சந்தைகளுடன் மக்களை இணைப்பதன் மூலம் வளரும் நாடுகளில் வறுமையை சமாளிக்க வணிக தீர்வுகளை ஊக்குவிக்கிறது. சலவைத் தொழில் முதல் ஜாதி அடிப்படையிலான பாரம்பரிய தொழில்களின் ஆதிக்கத்தை உடைக்கப்பட்டு உள்நாட்டு தொழில்முனைவோர் வழங்கலுக்கான வாயிலைத் திறந்தது.

இந்திய தொழில்களின் பயணம் பருத்தி ஜவுளி மூலம் தொடங்கியது. முதல் பருத்தி ஆலை 1854ஆம் ஆண்டில் பார்சி சமூகத்தைச் சேர்ந்த ஒருவரால் நிறுவப்பட்டது. இரண்டாம் உலகப் போரின்போது நாட்டில் தொழில்துறை வளர்ச்சி துரிதப்படுத்தப்பட்டது, ஆனால் தொழில்முனைவோரின் வளர்ச்சி மிகவும் மெதுவாக இருந்தது.

10.3 உலகளாவிய அளவிலான இந்திய தொழில்முனைவோர்

சேவைகள் மற்றும் தகவல் தொழில்நுட்பம் போன்ற நகர்ப்புற தொழில்களில் இந்திய பொருளாதாரம் மிகப்பெரிய வளர்ச்சியைக் கொண்டுள்ளது. சுமார் 172 மில்லியன் இந்தியர்கள் தொடர்ந்து வறுமையில் வாழ்கின்றனர், இவர்களில் 69 சதவீதம் பேர் கிராமப்புறங்களில் வாழ்கின்றனர். மக்கள்தொகையில் மூன்றில் இரண்டு பங்கிற்கும் அதிகமானோர் விவசாயத்தை—பெரும்பாலும் சிறிய அளவிலான அல்லது அன்றாட பிழைப்பிற்கு—அவர்களின்

குறிப்பு

வாழ்வாதாரத்திற்காக சார்ந்திருக்கின்றனர். 65மூ இந்தியர்கள் கிராமப்புறங்களில் வாழ்கின்றனர்.

இந்திய கிராமப்புறத்தில் வாழும் ஆண்கள் மற்றும் பெண்களின் தேவைகள்:

மதிப்புச் சங்கிலிகளை வலுப்படுத்துதல்: கிராமப்புறங்களில் உள்ள ஆண்களும் பெண்களும் ஒரு சிறிய மற்றும் குறு விவசாயிகளாக இணைந்து அதிக மதிப்புள்ள தயாரிப்புகளை வளர்க்கவும், தனியார் துறை நிறுவனங்களுடன் ஈடுபடவும், லாபகரமான சந்தைகளில் விற்கவும் உதவுகிறார்கள்.

ஏழை சமூகங்களில் வளர்ப்பு தொழில்முனைவு: செழிப்பான, நிலையான நிறுவனங்களை உருவாக்க விரும்பும் பெண்கள் மற்றும் ஆண்களுக்கு தொழில் பயிற்சி மற்றும் திறன் மேம்பாட்டு பயிற்சியை டெக்னோசர்வீஸ் வழங்குகிறது.

நிலையான உள்;ர் பொருளாதார வளர்ச்சியை ஆதரித்தல்: சந்தை தலைமையிலான அணுகுமுறையைப் பயன்படுத்துவதன் மூலம் உள்;ர் வளர்ச்சியை மேம்படுத்துவதற்கு டெக்னோசர்வ் ஆதரிக்கிறது, குழுக்களுக்கான வருமானத்தை அதிகரிக்க உதவுகிறது, அதே நேரத்தில் முழு சமூகத்திற்கும் பொருளாதார மற்றும் சமூக வளர்ச்சியை ஊக்குவிக்கிறது.

பாலினம் உள்ளடக்கிய சமூகங்களை ஊக்குவித்தல்: டெக்னோசர்வ் நிறுவனம் திட்டங்களை செயல்படுத்துவதில் ஒரு பாலின பிரிவினையை ஒருங்கிணைக்கிறது மற்றும் நிலையான வாழ்வாதாரத்திற்கான வாய்ப்புகளை விரிவுபடுத்துவதற்கு பெண்களுக்கு ஏற்ற ஆதரவை வழங்குகிறது.

10.4 நிறுவனங்களின் சந்தை மதிப்பீடு

ஒவ்வொரு நிறுவனத்தின் சந்தை மதிப்பு மற்றும் வளர்ச்சியை அறிந்து கொள்வது அவசியம் ஆகும். பின்வரும் நிறுவனங்கள் குறுகிய, நடுத்தர மற்றும் பெரிய தொழில்களை மேம்படுத்துவதற்கும்

வளப்படுத்துவதற்கும் உதவுகின்றன. மேலும் சந்தையின் நிலைமையை மதிப்பிடுவதற்கும் உதவுகின்றன.

குறிப்பு

என்.எஸ்.ஐ.சி (தேசிய சிறு தொழில்கள் கழகம்) (NSIC)

சிறு தொழில்கள் மேம்பாட்டு அமைப்பு (SIDO)

காதி மற்றும் கிராம தொழில் ஆணையம் (KVIC)

மாநில சிறு தொழில்கள் கழகம் (SIC)

மாநில நிதிக் கூட்டுத்தாபனம் (SFC)

மாநில கைத்தொழில் அபிவிருத்தி நிறுவனங்கள் (SIDC)

தொழில்நுட்ப ஆலோசனை நிறுவனங்கள் (TCO)

சந்தைப்படுத்தல் உதவித் திட்டம்

10.4.1 என்.எஸ்.ஐ.சி (தேசிய சிறு தொழில்கள் கழகம்) (NSIC)

தேசிய சிறு தொழில்கள் கழகம் (ளேஐஊ) 1955ஆம் ஆண்டில் இந்திய அரசாங்கத்தால் நாட்டில் சிறிய அளவிலான தொழில்களை ஊக்குவிக்கும் மற்றும் வளர்க்கும் நோக்கத்துடன் அமைக்கப்பட்டது.

செயல்பாடுகள்

உள்நாட்டு மற்றும் மேம்படுத்தப்பட்ட மூலப்பொருட்களின் வழங்கல் மற்றும் விநியோகம்.

சுலபமான வாடகை-கொள்முதல் விதிமுறைகளில் உள்நாட்டு மற்றும் இறக்குமதி செய்யப்பட்ட எந்திரத்தின் வழங்கல்.

நாட்டிற்குள் சிறு தொழில்களான தயாரிப்புகளைச் சந்தைப்படுத்தல்.

சிறு தொழில் தயாரிப்புகளின் ஏற்றுமதி மற்றும் ஏற்றுமதியை மேம்படுத்துதல்.

வணிக உற்பத்திக்காக சிறிய அளவிலான அலகுகளுக்கு அனுப்பப்படும் இயந்திரங்கள், உபகரணங்கள் மற்றும் கருவிகளின் முன்மாதிரிகளை உருவாக்குதல்.

பல தொழில்துறை வர்த்தகங்களில் தொழில்நுட்ப பயிற்சி

தொழில்நுட்பத்தின் மேம்பாடு மற்றும் வளர்ச்சி மற்றும் நவீனமயமாக்கும் திட்டங்களை செயல்படுத்துதல்.

முன்மாதிரி மேம்பாடு மற்றும் பயிற்சி மையங்கள் மூலம் பொதுவான வசதிகளை வழங்குதல்.

குறிப்பு

பிற வளரும் நாடுகளில் சிறு அளவிலான தொழில்களை ஆயத்தமுறை தயாரிப்பு அடிப்படையில் அமைத்தல்.

அரசு விற்பனைக் கொள்முதல் திட்டத்தின் கீழ், ஒற்றை முறைப் பதிவு திட்டத்தின் கீழ் என்.எஸ்.ஐ.சி-யில் பதிவுசெய்யப்பட்ட சிறிய அளவிலான தொழில்களுக்கு வசதிகள் ஏற்படுத்துதல்.

ஒப்பந்தப்புள்ளியை இலவசமாக வழங்குதல்.

சம்பாதிக்கும் பணத்தை செலுத்துவதில் இருந்து விலக்கு.

தொழில் பதிவுசெய்யப்பட்ட பண வரம்பில் பாதுகாப்பு வைப்புத் தள்ளுபடி மற்றும் பெரிய அளவிலான தொழிலுக்கு 15மூ வரை விலை வசதி.

தொழில்துறை பகுதிகளில் தொழில்துறை நிறுவனங்கள் மற்றும் சோதனை வசதிகளை உருவாக்குதல். ஐளுழு 9001-2008 சான்றளிக்கப்பட்ட அரசு ஜேளுஊ. சென்னை, ஹவுரா, ஹைதராபாத், புது தில்லி, ராஜ்கோட், ராஜ்புரா, ராம்நகர் மற்றும் அலிகார் ஆகிய இடங்களில் கிராமப்புற அலுவலக கிளைகள் மற்றும் 8 தொழில்நுட்ப மையங்கள் மூலம் இந்த கழகம் செயல்படுகிறது.

10.4.2 சிறு தொழில்கள் மேம்பாட்டு அமைப்பு (ளுஐனுழு)

பெரிய மற்றும் நடுத்தர நிறுவனங்களிலிருந்து துணை ஒப்பந்த வேலைகளைப் பெறுவதற்கு ளுஐனுழு உதவுகிறது. ளுஐளுஐ மையங்களில் 16 துணை ஒப்பந்த பரிமாற்றங்களை ளுஐனுழு நிறுவியது. இந்த துணை ஒப்பந்த பரிமாற்றங்களின் முக்கிய செயல்பாடு:

சிறிய அளவிலான தொழில்களை அவற்றின் திறனை பதிவு செய்ய அழைப்பு விடுத்தல்.

சிறிய அளவிலான தொழில்களில் தயாரிக்கப்படக்கூடிய பொருட்களைக் கண்டுபிடிக்க பெரிய தொழில்களை அணுகுதல்.

குறிப்பிட்ட செயல்முறைகளுக்கு புதிய திறனை உருவாக்குவதில் அல்லது பெரிய அளவிலான நிறுவனங்களுக்கு தேவைப்படும் பிரிவு ∴

விற்பனைக்காக தயாரிப்பதில் சிறிய அளவிலான தொழில்களுக்கு தொழில்நுட்ப உதவிகளை வழங்குவது மற்றும்

குறிப்பு

விசாரணைகள் மூலம் அவற்றின் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதற்கான ஆணையைப் பெறக்கூடிய அல்லது அவற்றின் தேவைகளை துணை ஒப்பந்தத்தில் பெறக்கூடிய நிறுவனங்களின் தகவல்களை வழங்குகிறது.

ஒருங்கிணைப்பு செயல்பாடு

SSI தொடர்பான பல்வேறு மாநில அரசுகளின் பல்வேறு திட்டங்கள் மற்றும் கொள்கைகளை ஒருங்கிணைத்தல்.

மத்திய கைத்தொழில் அமைச்சகம், திட்டமிடல் ஆணையம், மாநில அளவிலான கைத்தொழில் அமைச்சகம் மற்றும் நிதி நிறுவனங்களுடன் உறவைப் பேணுதல்.

தொழில்துறை மேம்பாட்டு நடவடிக்கைகள்

துணை அலகுகளின் வளர்ச்சிக்கு அத்தியாவசிய ஆதரவையும் வழிகாட்டலையும் வழங்குதல்.

சந்தை போட்டியை எதிர்கொள்வதன் அடிப்படையில் எஸ்எஸ்ஐ பிரிவுகளுக்கு வழிகாட்டுதல்களை வழங்குதல் மற்றும் அரசாங்க விற்பனைக் கூடங்கள் மற்றும் கொள்முதல் ஒப்பந்தப்புள்ளிகளில் பங்கேற்க அவர்களை ஊக்குவித்தல்.

மேலாண்மை செயல்பாடுகள்

SSI ஊழியர்களுக்கு போட்டி வலிமையை வளர்ப்பதற்கு பயிற்சி, மேம்பாடு மற்றும் ஆலோசனை சேவைகளை வழங்குதல்.

பல்வேறு ளுளுஐ பிரிவுகளுக்கு சந்தைப்படுத்தும் உதவி வழங்குதல்.

ஆலை மற்றும் இயந்திரங்கள், இருப்பிடம், தளவமைப்பு வடிவமைப்பு மற்றும் பொருத்தமான செயல்முறை ஆகியவற்றைத் தேர்ந்தெடுப்பதில் ளுளுஐ தொழில்களுக்கு உதவுதல்.

குறிப்பு

10.4.3 காதி மற்றும் கிராம தொழில் ஆணையம் (முஏஐஊ)

கிராமப்புற தொழில்மயமாக்கலின் செயல்முறையை ஆதரித்தல், மேம்படுத்துதல் மற்றும் துரிதப்படுத்துதலுக்காக, மகாத்மா காந்தி கிராமப்புற தொழில்மயமாக்கல் நிறுவனம் (முஏஐஊ) மற்றும் ஐஐடி, மங்கன்வாடி (வன்தா), தில்லியில் அமைக்கப்பட்டுள்ளது. இது முக்கிய பிரிவுகளைக் கொண்டுள்ளது:

- காதி மற்றும் ஜவுளித் தொழில்கள்.
- பதப்படுத்துதல் மற்றும் மூலிகை சார்ந்த தொழில்கள்.
- இரசாயன தொழில்கள்.
- கிராமிய கைவினைப்பொருட்கள் மற்றும் பொறியியல் பிரிவு.
- கிராமப்புற உள்கட்டமைப்பு மற்றும் ஆற்றல்.
- மேலாண்மை மற்றும் அமைப்புகள் பிரிவு.

உருவாக்கப்பட்ட திட்டங்கள், மைய பணிக்குழுக்களுக்கு அனுப்பப்படுகின்றன. இப்போது 14 தொடர்பு மையங்கள் உள்ளன. மேலும் 25 தொடர்பு மையங்கள் அடுத்த 5 ஆண்டுகளில் நாட்டில் ஒரு பரந்த வலைதள அமைப்பை உருவாக்கி சேர்க்கப்படும்.

10.4.4 மாநில சிறு தொழில்கள் மேம்பாட்டுக் கழகம் (ளுளுஐனுஊ)

நிறுவனச் சட்டம், 1956-ன் கீழ் நிறுவப்பட்ட மாநில சிறு தொழில்கள் மேம்பாட்டுக் கழகங்களின் (ளுளுஐனுஊ) படி, சிறிய, நடுத்தர மற்றும் குடிசைத் தொழில்களின் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வது மாநில அரசின் பொறுப்பாகும். ளுளுஐனுஊ செயல்பாட்டு நெகிழ்வுத்தன்மையை கொண்டிருக்கின்றன. மேலும் சிறு துறையின் வளர்ச்சிக்கு பல்வேறு நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ள முடியும். தற்போது, 18 ளுளுஐனுஊ - மையங்கள் செயல்பாட்டில் உள்ளன.

செயல்பாடுகள்

- பற்றாக்குறையான மூலப்பொருட்களின் கொள்முதல் மற்றும் விநியோகம்
- வாடகை-கொள்முதல் அடிப்படையில் இயந்திரங்களை வழங்குதல்

குறிப்பு

- சிறிய அளவிலான தொழில்களின் தயாரிப்புகளை விற்பனை செய்வதற்கான உதவிகளை வழங்குதல்
- மாநில அரசுகள் சார்பாக தொடக்க (விதைபோன்ற பொருள் கொண்ட) மூலமுதலீடு (ளுநநன ஊயிவையட) உதவியை விரிவுபடுத்துதல், மற்றும் தொழிற்பேட்டைகள் ∴ கூடங்களை நிர்மாணித்தல்
- அதனுடன் தொடர்புடைய உள்கட்டமைப்பு வசதிகள் மற்றும் அவற்றின் பராமரிப்பு
- உற்பத்தி பிரிவுகளுக்கு மேலாண்மை உதவி வழங்குதல்

10.4.5 மாநில நிதிக் கழகங்கள் (SFC)

மாநில நிதிக் கழகங்கள் (ளுகுஊள), சிறிய மற்றும் நடுத்தர நிறுவனங்களுக்கு சீரான பிராந்திய சமூக-பொருளாதார வளர்ச்சியை அடைவதற்கும் மற்றும் அதிக வேலை வாய்ப்புகளை உருவாக்குவதற்கும் நிதியுதவி மற்றும் ஊக்குவிக்கும் நோக்கத்துடன் மாநில அளவிலான செயல்பாடுகள் வழங்கப்படுகிறது. தற்போது, நாட்டில் 18 ளுகுஊள் மையங்கள் செயல்படுகின்றன:

நிலம், கட்டிடம், ஆலை மற்றும் இயந்திரங்கள், மற்றும் பிற சொத்துக்களை கையகப்படுத்துவதற்கான விதிமுறைகளை வழங்குதல்.

சுயதொழில் ஊக்குவித்தல்.

கிராமப்புற மற்றும் நகர்ப்புற கைவினைஞர்களால் தொழிலை மேம்படுத்துதல்.

தொழில்துறை திட்டத்தை அமைப்பதில் புதிய மற்றும் தொழில்நுட்ப / தகுதி வாய்ந்த பெண் தொழில்முனைவோரை ஊக்குவித்தல்.

தற்போதுள்ள தொழில்களில் விரிவாக்கம், நவீனமயமாக்கல் மற்றும் தொழில்நுட்பத்தை மேம்படுத்துதல் ஆகியவற்றிற்கு நிதியளித்தல்.

திட்டங்களின் தேவையைப் பொறுத்து, கடைபிடிக்கப்பட்ட பயன்பாட்டிற்காக போக்குவரத்து வாகனங்களுக்கு நிதி உதவி வழங்குவது.

இளைஞர்களின் சுய வேலைவாய்ப்புக்கு வட்டி மானியத்தை வழங்குதல், சிறு மற்றும் நடுத்தர துறையில் சுதேச தொழில்நுட்பத்தை பின்பற்றுதல்.

குறிப்பு

10.4.6 மாநில தொழில்துறை மேம்பாட்டுக் கழகங்கள் (SIDC)

மாநில தொழில்துறை மேம்பாட்டுக் கழகங்கள் (SIDC) நிறுவனச் சட்டம், 1956 இன் கீழ் அறுபதுகளிலும் எழுபதுகளின் முற்பகுதியிலும் நடுத்தர மற்றும் பெரிய தொழில்களின் மேம்பாடு மற்றும் மத்திய அரசுக்கு சொந்தமானவை, மேம்பாட்டிற்காக மாநில அரசு நிறுவனங்களாக நிறுவப்பட்டன. ளுஐனுஊ தொழில்துறை வளர்ச்சிக்கு வினையூக்கிகளாக செயல்படுகின்றன. மேலும் அந்தந்த மாநிலங்களில் மேலும் முதலீடு செய்ய தூண்டுகின்றன. ளுஐனுஊ அதன் தொடக்க (விதைபோன்ற பொருள் கொண்ட) மூலமுதலீடு (ளுநநன ஊயிவையட) திட்டத்தை இயக்குவதற்கு ஐனுடீஐ மற்றும் ளுஐனுடீஐ ஆகியவை முகவர்களாக உள்ளன.

செயல்பாடுகள்:

கடன்கள் மற்றும் உத்தரவாதங்கள் மூலம் தொழில்துறை பிரிவுகளுக்கு நிதி உதவி வழங்குதல்.

பங்கு வாங்குதல் மற்றும் தொடக்க (விதைபோன்ற பொருள் கொண்ட) மூலமுதலீடு (Seed Capital) உதவி மூலம் தொழில்முனைவோருக்கு இடர்கள் மூலதனத்தை வழங்குதல்.

மத்திய / மாநில அரசுகளின் ஊக்கத் திட்டங்களை நிர்வகித்தல்

தொழில்துறையின் சாத்தியமான கணக்கெடுப்புகள் மூலம் திட்ட யோசனைகளை அடையாளம் காண்பது, சாத்தியக்கூறு அறிக்கைகள் தயாரித்தல், தொழில்முனைவோரின் தேர்வு மற்றும் பயிற்சி போன்ற விளம்பர நடவடிக்கைகள், மற்றும்

குறிப்பு

உள்கட்டமைப்பு வசதிகளை வழங்குவதன் மூலம் தொழில்துறை பகுதிகள் / தொழில் பேட்டைகளை உருவாக்குதல்.

10.4.7 தொழில்நுட்ப ஆலோசனை நிறுவனங்கள் (TCO)

சிறு மற்றும் நடுத்தர நிறுவனங்களுக்கு தனிநபர் தொழில்முனைவோர், அரசுத் துறைகள் மற்றும் முகவர் நிலையங்கள், பல்வேறு மாநில அளவிலான நிறுவனங்கள், வணிக வங்கிகள் போன்றவற்றுக்கு வுஊழு மையங்கள் ஒரு முழுமையான ஆலோசனை சேவைகளை வழங்குகின்றன. அவை தொழில்நுட்ப சேவைகள் மற்றும் தொழில்நுட்ப பொருளாதார சாத்தியக்கூறு அறிக்கைகள், சந்தை ஆய்வு, நவீனமயமாக்கல் மற்றும் பல்வகைப்படுத்தல் திட்டங்கள், நொடிந்துபோன தொழில்களின் மறுமலர்ச்சி போன்றவற்றை வழங்குகின்றன.

குறிக்கோள்கள்

- தொழில்துறை பற்றிய சாத்தியமான கணக்கெடுப்புகளை மேற்கொள்வது,
- திட்ட யோசனைகளை அடையாளம் காணுதல், திட்ட உருவாக்கம்
- தொழில்முனைவோருக்கு ஒதுக்கப்பட்ட திட்டங்களின் மதிப்பீடு
- திட்ட விவரங்கள் தயாரித்தல், சாத்தியக்கூறு ஆய்வுகள்
- திட்ட அறிக்கைகளை தயாரித்தல் மற்றும் திட்ட அமலாக்கத்திற்காக அழைக்கப்படும் நேரத்தில் ஆயத்த தயாரிப்பு சேவைகளை வழங்குதல்
- தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு நிகழ்ச்சிகள், தொழில்முனைவோர் விழிப்புணர்வு முகாம்கள், �ளுநுநுருலு பயிற்சி திட்டங்களை நடத்துதல்
- விவேகமான தொழில்முனைவோரை அடையாளம் கண்டு அவர்களுக்கு தொழில்நுட்ப மற்றும் மேலாண்மை உதவிகளை வழங்குதல். குறிப்பிட்ட தயாரிப்புகளுக்கு சந்தை ஆராய்ச்சி மற்றும் கணக்கெடுப்புகளை மேற்கொள்வது
- ஆற்றல் தணிக்கை மற்றும் ஆற்றல் பாதுகாப்பு பணியாளர்களை தேர்ந்தெடுப்பது

குறிப்பு

திட்ட மேற்பார்வை

நவீன தொழில்நுட்பத்தின் அடிப்படையில் ஏற்றுமதி ஆலோசனை மற்றும் ஏற்றுமதி சார்ந்த திட்டங்களை மேற்கொள்வது.

10.5 நவீன தொழில்முனைவோர்

நவீன தொழில்முனைவு (Modern Entrepreneurship)

வெப்ஸ்டரின் மூன்றாவது புதிய சர்வதேச அகராதி (1961) படி "ஒரு பொருளாதார முயற்சியின் அமைப்பாளர், குறிப்பாக ஒரு வணிக அல்லது நிறுவனத்தின் அபாயத்தை ஒழுங்கமைத்து, சொந்தமாக நிர்வகித்து, ஏற்றுக்கொள்பவர்".

தொழில்முனைவோர் என்ற சொல் முதன்முதலில் 1723-ல் ஒரு பிரெஞ்சு அகராதியில் தோன்றியது. இது பிரெஞ்சு வார்த்தையான 'என்ட்ரிபிரெண்ட்ரே' என்பதிலிருந்து உருவானது ஆகும், இதன் பொருள் 'வாய்ப்புகளைத் தொடருதல்' அல்லது 'மேற்கொள்ளுதல்'. ஒரு தொழில்முனைவோர் என்பவர் மக்களுக்கும், சமுதாயத்திற்கும், நிச்சயமாக பொருளாதாரத்திற்கும் மதிப்புமிக்க ஒன்றை உருவாக்க அர்ப்பணித்த ஒரு நபர் ஆவார். ஒரு தொழில்முனைவோருக்கு தனிப்பட்ட பெருமை மற்றும் அவரது சாதனைகளால் திருப்தி ஏற்படுகிறது. அபாயங்களைப் பார்ப்பது, செயல்முறையின் ஒரு பகுதியாகும். ஆனால் தொழில்முனைவோர் நடவடிக்கைகளை மேலும் அதிகரிக்கும் மகத்தான வலுவூட்டலும் இதுதான். இன்று, மக்கள் இணையம், சமூக ஊடக வேலைகள் மற்றும் இணையதள வணிகம் ஆகியவற்றை தொழில்நுட்பத்துடன் பயன்படுத்துகின்றனர். தொழில்நுட்பம் பொருளாதாரத்தின் எதிர்காலமாக கருதப்படுவதால் அதுவே தொழில்முனைவோரின் மனப்பான்மையாக அமைந்துவிட்டது.

கணக்கியல் தொடர்பான வேலைகள் இன்னும் மிகவும் பிரபலமாக உள்ளன. மேலும் அவை தொடர்ந்து பிரபலமாகவே இருக்கும். கட்டுமானம் மற்றும் புதுப்பித்தல் தொழில்கள் இன்னும் அதே நிலையைக் கொண்டுள்ளன. தொழில்முனைவு எப்போதுமே ஒன்றைச் சார்ந்தே இருக்கிறது, ஆனால் ஒருபோதும் மாறாத நிலைகளாக

குறிப்பு

உள்ளன. சில வேலைகள் அவற்றின் மதிப்பை ஒருபோதும் இழக்காது. புதிய சிந்தனைகளும் புதிய வேலையும் எப்போதுமே தோன்றினாலும், தொழில்முனைவு எப்போதும் புதிதாக உருவாகுமே தவிர மாறாது. தொழில்முனைவோரின் நவீன பதிப்புகள், பழைய கருத்துக்கள் மற்றும் வேலைகளின் பரிணாமம் மட்டுமே. ஒவ்வொரு இளம் தொழில்முனைவோரும், தொழில்முனைவோரின் வரலாற்றை அறிந்து கொள்ள வேண்டும். அவர்கள் எதை அடைய முயற்சிக்கிறார்கள் என்பதன் தன்மையைப் புரிந்துகொள்வதற்கும் அவர்களின் எதிர்கால முயற்சிகளுக்கு புதிய யோசனைகளைப் பெறுவதற்கும் இது உதவும்.

10.6 உங்களுடைய முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்கவும்

1. SIPO-ன் துணை ஒப்பந்தத்தின் செயல்பாடுகளை பட்டியலிடவும்?
2. காதி மற்றும் கிராம தொழில்கள் ஆணையத்தின் பிரிவு என்ன?
3. SIDC-ன் செயல்பாடுகள் யாவை?

10.7 குறுகிய பதில்களுக்கான கேள்விகள்

1. சந்தை மதிப்பீட்டிற்கான நிறுவனங்களை பட்டியலிடவும்.
2. இந்தியாவில் ‘சாதி அடிப்படையிலான உற்பத்தி அமைப்பு’ குறித்து ஒரு சிறு குறிப்பு வரையவும்.
3. காதி மற்றும் கிராம தொழில் ஆணையம் (KVIC) குறித்து ஒரு சிறு குறிப்பை எழுதவும்.
4. SIDO-ன் மேலாண்மை நடவடிக்கைகள் யாவை?
5. உலகளாவிய இந்திய தொழில்முனைவோரின் முக்கிய அம்சங்களை விவரிக்கவும்.

10.8 நீண்ட பதில்களுக்கான கேள்விகள்

1. தேசிய சிறு தொழில்கள் கழகம் (NSIC) பற்றி சுருக்கமாக விளக்கவும்.

குறிப்பு

2. தொழில்நுட்ப ஆலோசனை அமைப்பின் (TCO) நோக்கங்களை விளக்குங்கள்.
3. பொருளாதார வளர்ச்சியில் நவீன தொழில்முனைவோரின் பங்கை விவரிக்கவும்.
4. பொருளாதார வளர்ச்சியில் மாநில நிதிக் கழகத்தின் பங்களிப்பு குறித்து விவாதிக்கவும்.
5. சிறு தொழில்கள் மேம்பாட்டு அமைப்பின் (SIDO) முக்கிய செயல்பாடுகள் மற்றும் பிற நடவடிக்கைகள் குறித்து விரிவான பதிலளிக்கவும்.

10.9 உங்களுடைய முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்கும் பதில்கள்

1. SIPO-ன் துணை ஒப்பந்த பரிமாற்றங்களின் முக்கிய செயல்பாடு:

- சிறிய அளவிலான தொழில்களை அவற்றின் திறனை பதிவு செய்ய அழைப்பு விடுத்தல்.
- சிறிய அளவிலான தொழில்களில் தயாரிக்கப்படக்கூடிய பொருட்களைக் கண்டுபிடிக்க பெரிய தொழில்களை அணுகுதல்.
- குறிப்பிட்ட செயல்முறைகளுக்கு புதிய திறனை உருவாக்குவதில் அல்லது பெரிய அளவிலான நிறுவனங்களுக்கு தேவைப்படும் பிரிவு / விற்பனைக்காக தயாரிப்பதில் சிறிய அளவிலான தொழில்களுக்கு தொழில்நுட்ப உதவிகளை வழங்குவது.

2. காதி மற்றும் கிராம தொழில்கள் ஆணையம் கீழ்கண்ட முக்கிய பிரிவுகளைக் கொண்டுள்ளது:

- காதி மற்றும் ஜவுளித் தொழில்கள்.
- பதப்படுத்துதல் மற்றும் மூலிகை சார்ந்த தொழில்கள்.
- இரசாயன தொழில்கள்.
- கிராமிய கைவினைப்பொருட்கள் மற்றும் பொறியியல் பிரிவு.
- கிராமப்புற உள்கட்டமைப்பு மற்றும் ஆற்றல்.
- மேலாண்மை மற்றும் அமைப்புகள் பிரிவு.

குறிப்பு

3. **SIDC-ன் செயல்பாடுகள்:**

- கடன்கள் மற்றும் உத்தரவாதங்கள் மூலம் தொழில்துறை பிரிவுகளுக்கு நிதி உதவி வழங்குதல்.
- பங்கு வாங்குதல் மற்றும் தொடக்க (விதைபோன்ற பொருள் கொண்ட) மூலமுதலீடு (Seed Capital) உதவி மூலம் தொழில்முனைவோருக்கு தேவையான மூலதனத்தை வழங்குதல்.
- மத்திய / மாநில அரசுகளின் ஊக்கத் திட்டங்களை நிர்வகித்தல்
- தொழில்துறையின் சாத்தியமான கணக்கெடுப்புகள் மூலம் திட்ட யோசனைகளை அடையாளம் காண்பது, சாத்தியக்கூறு அறிக்கைகள் தயாரித்தல், தொழில்முனைவோரின் தேர்வு மற்றும் பயிற்சி போன்ற விளம்பர நடவடிக்கைகள்,
- உள்கட்டமைப்பு வசதிகளை வழங்குவதன் மூலம் தொழில்துறை பகுதிகள் / பேட்டைகளை உருவாக்குதல்.

பகுதி - 11

வரையறுக்கப்பட்ட வளர்ச்சி

அமைப்பு

குறிப்பு

11.1 அறிமுகம்

11.2 தொழில்முனைவோரின் வளர்ச்சியை எதிர்கொள்ளும் அணுகுமுறை

சிறு நிறுவனங்கள் எப்போதும் தங்கள் வணிகத்தை மேம்படுத்துவதற்கும் விற்பனை மற்றும் இலாபங்களை அதிகரிப்பதற்கும் வழிகளைத் தேடுகின்றன. வரையறுக்கப்பட்ட வளர்ச்சியை செயல்படுத்த நிறுவனங்கள் சாத்தியமான நுட்பங்களைப் பயன்படுத்த வேண்டும். வணிகத்தை விரிவுபடுத்துவதற்கு ஒரு நிறுவனம் பயன்படுத்தும் திட்டம் அதன் நிதி நிலைமை, போட்டி மற்றும் அரசாங்க விதிமுறைகள் மற்றும் கொள்கைகளைப் பொறுத்து வளர்ச்சி உத்திகள் இருக்க வேண்டும்.

சிறிய அளவிலான வணிகத்தில் சில பொதுவான வளர்ச்சி உத்திகள் அடையாளம் காணப்படுகின்றன. அவை பின்வருமாறு.

(i) சந்தை ஊடுருவல்
(ii) சந்தை விரிவாக்கம்
(iii) உற்பத்தி விரிவாக்கம்
(iv) பல்வகைப்படுத்தல்
(v) கையகப்படுத்தல்

(i) சந்தை ஊடுருவல்

வணிகத்தில் பயன்படுத்தப்படும் வளர்ச்சி உத்திகளில் ஒன்று சந்தை ஊடுருவல் ஆகும். ஒரு சிறிய நிறுவனம் அதே சந்தையில் சுயமாக இருக்கும் தயாரிப்புகளுக்கு சந்தை ஊடுருவல் திட்டத்தைப் பயன்படுத்துகிறது. சந்தையின் பங்கை அதிகரிப்பதே தற்போதுள்ள தயாரிப்புகள் மற்றும் சந்தைகள் மூலம் வளர ஒரே வழி ஆகும். பொருட்களின் விலையை குறைப்பதன் மூலம் சந்தையின் பங்கை அதிகரிப்பதும் சிறந்த வழி ஒன்று.

குறிப்பு

(ii) சந்தை விரிவாக்கம்

சந்தை விரிவாக்கம் மற்றொரு குறிப்பிடத்தக்க வளர்ச்சிக்கான செயல்திட்டம். சந்தையின் வளர்ச்சி என்பது ஒரு புதிய சந்தையில் தற்போதைய தயாரிப்புகளை விற்பனை செய்வதை உள்ளடக்கியது என்பதாகும்.

ஒரு தொழில்முனைவோருக்கு புதிய சந்தைகளைத் தேட முடியாவிட்டால், விற்பனையையோ லாபத்தையோ அதிகரிக்க முடியாது. ஒரு புதிய சந்தையில் விற்பனை பயன்பாட்டைக் கண்டால் மட்டுமே, ஒரு சிறிய நிறுவனம் சந்தை விரிவாக்க திட்டத்தைப் பயன்படுத்துகிறது.

(iii) தயாரிப்பு விரிவாக்கம்

ஒரு சிறிய அளவிலான நிறுவனம் அதன் தயாரிப்புகளின் வரிசையை விரிவுபடுத்தலாம் அல்லது விற்பனை மற்றும் லாபத்தை அதிகரிக்க புதிய அம்சங்களைச் சேர்க்கலாம். சிறிய நிறுவனங்கள் தயாரிப்பு விரிவாக்க நுட்பத்தைப் பயன்படுத்தும்போது, அது தயாரிப்பு மேம்பாடு என்று குறிப்பிடப்படுகிறது.

தற்போதைய சந்தையில் விற்பனை தொடர்கிறது. தொழில்நுட்பத்தில் மாற்றம் இருக்கும்போது ஒரு தயாரிப்பு விரிவாக்க வளர்ச்சி நுட்பத்தின் அடிப்படையில் நன்றாக வேலை செய்கிறது. பழையவை காலாவதியானதால் நிறுவனங்கள் புதிய தயாரிப்புகளைச் சேர்க்க நிர்பந்திக்கப்படலாம்.

(iv) பல்வகைப்படுத்தல்

வணிகத்தில் வளர்ச்சி திட்டங்களில் பல்வகைப்படுத்துதலும் அடங்கும். பல்வகைப்படுத்தலின் மூலம், ஒரு நிறுவனம் புதிய தயாரிப்புகளை, புதிய சந்தைகளில் விற்கிறது. இந்த வகை செயல்திட்ட இடர்கள் மற்றும் இழப்புகளுக்கு அதிக வாய்ப்புள்ளது.

ஒரு சிறிய நிறுவனம் பல்வகைப்படுத்தலில் திட்ட வளர்ச்சியைப் பயன்படுத்தும்போது திட்டத்தை கவனமாக ஏற்றுக்கொள்கிறது. புதிய சந்தையில் நுகர்வோரை அடையாளம் காணவும், புதிய தயாரிப்புகளை வாங்கவும் சந்தைப்படுத்தல் ஆராய்ச்சி முக்கியமானது.

குறிப்பு

(v) கையகப்படுத்தல்

வளர்ச்சி உத்திகளின் ஒரு பகுதி பிற வணிகங்களை கையகப்படுத்துகின்றன. கையகப்படுத்துதலில், ஒரு நிறுவனம் அதன் செயல்பாடுகளை விரிவாக்க மற்றொரு நிறுவனத்தை வாங்குதல் ஆகும். ஒரு சிறிய நிறுவனம் தனது தயாரிப்பு திட்டத்தை வலுப்படுத்தவும் புதிய சந்தைகளில் நுழையவும் இந்த வகை வளர்ச்சி உத்திகள் பயன்படுத்துகிறது.

ஒரு கையகப்படுத்தல் வளர்ச்சி செயல்திட்டம் மிகவும் ஆபத்தானது. ஆனால் பல்வகைப்படுத்தல் உத்தி போல ஆபத்தானது அல்ல. ஒரு நிறுவனம் தனது குறிக்கோள்களை அடைவதற்கு ஒரு கையகப்படுத்தல் செயல்திட்டத்தின் முழுமையான அறிவை அறிந்திருக்க வேண்டும்.

11.3 குறிக்கோளை அடைவதற்காக திட்டமிடலின் தேவை

1. சரியான நேரத்தில் சரியான பணியாளர்களை நியமித்தல்

ஒரு நபருக்கு அறிவு மற்றும் வலுவான சமூகத்தொடர்பு இருக்க வேண்டும், அவர் வாடிக்கையாளர்களுடன் பரிவர்த்தனை செய்ய ஆர்வமாக உள்ளார். ஆனால் இது ஒரு நிறுவனத்தின் நல்வாழ்வுக்கு தீங்கு விளைவிக்கும். சில நேரங்களில் சந்தைப்படுத்தல் குழு குறைந்த விலையை மட்டுமே வலியுறுத்துகிறது. பொறியியல் மற்றும் தரமான அம்சங்களில் கவனம் செலுத்த அவர்கள் மறந்து விடுகிறார்கள். இது நிறுவனத்தின் நற்பெயருக்கு மோசமான விளைவை ஏற்படுத்துகிறது. இதன் விளைவு நிறுவனத்தின் நடவடிக்கைச் சுழற்சியைப் பொறுத்தது. ஒரு நிறுவனத்தின் நடவடிக்கையில் மூன்று செயல் திட்டங்கள் உள்ளன. இந்த நிலைகள் அனைத்து நிறுவனங்களுக்கும் பொருந்தாது. அந்த மூன்று செயல் நிலைகளாவன:

- **செய்தி சேகரித்தல்** - இது ஒரு நிறுவனத்தின் ஆரம்ப கட்டமாகும். இந்த கட்டத்தில் வணிக மேம்பாடு, சந்தைப்படுத்துதலுக்கான பல்வேறு செய்திகளை அடையாளம் காண்பது

குறிப்பு

அங்காடியில் நுழைவு, குறிக்கோள் ஆகியவற்றைப் பொறுத்தது. பிற வணிகத்தின் பல்வேறு செயல் திட்டங்கள் அடையாளம் காணப்பட்டு, சந்தை பகுப்பாய்வின் சம்பந்தப்பட்ட குழுவுக்கு கருத்து வழங்கப்படுகிறது. முக்கிய திறன்களின் மூலம் உற்பத்தி செய்தல் மற்றும் பொறியியல் குழுக்களின் கூட்டுப்பணியுடன் சம்பந்தப்பட்டுள்ளது.

- **சோதனை** - வணிகத்தை வளர்ப்பவர் சந்தையில் இருந்து எடுக்கப்பட்ட அனுமானங்களைச் சோதிக்கவும், பல்வேறு கண்டுபிடிப்புகளை உள்ளீடு செய்யவும், சில ஒப்பந்தங்கள் மூலம் இந்த சோதனை காலகட்டத்தில் முடிவு செய்கிறார். அளவீட்டு கட்டமைப்பை அமைப்பதற்கு பகுப்பாய்வு திறன் பயன்படுத்துகிறது. கட்டமைப்பானது நிறுவனத்தின் நோக்கம், பலம் மற்றும் குறிக்கோள் ஆகியவற்றைப் பொறுத்தது.

- **அளவிடுதல்** - ஒவ்வொரு ஒப்பந்தத்திலிருந்தும் புள்ளிவிவரம் சேகரிக்கப்பட்ட பிறகு, இலக்கை நிறைவேற்ற ஒரு பாதை வகுக்கப்படுகிறது. எதிர்கால நடவடிக்கைகளுக்கான முழு ஆதரவு அமைப்பு உருவாக்கப்படுகிறது.

2. சரியான வாய்ப்பை ஏற்படுத்துதல்

ஒப்பந்தங்களுடன் வரும் தொடர்புகளைக் குறுக்கு சோதனை செய்யப்பட வேண்டும். சரியான நபர்களைக் கையாள்வது மிகவும் முக்கியம். தேவையற்ற நேரத்தை வீணடிக்காமல் (விரயம் செய்யாமல்) இந்த நடைமுறை வழிவகுக்கிறது. ஒரு நிறுவனம் வணிகம் செய்யக்கூடிய வாடிக்கையாளர்களை அடையாளம் காண்பது மிகவும் முக்கியம். வாய்ப்புகளை கையாள்வதற்கு முன், பயனுள்ள நிறுவனங்களுக்கான சந்தையை பரிசோதனை செய்வது மிக முக்கியம். இந்த நடவடிக்கை தவிர்க்கப்பட்டால், ஒரு நிறுவனம் ஏற்கனவே வெளியேறிவிட்டதைக் கண்டறியலாம். ஆனால் நேர்மறையான நிறுவனங்களுக்கான எதுவும் உருவாக்கப்படவில்லை. தேவையற்றவர்களின் தொடர்புகளைவிட வணிகத்திற்கு உண்மையில் முக்கியத்துவம் வாய்ந்த வாடிக்கையாளர்களிடம் கவனம் செலுத்தப்படவேண்டும்.

குறிப்பு

3. அதிகமாக பேசுவதை நிறுத்துதல்

ஒரு நிறுவனம் 50 சதவிகிதத்திற்கும் மேலாக பேசுவதற்கு நேரத்தை பயன்படுத்தும்போது, உண்மையில் அந்நிறுவனம் 10 மடங்கு அதிகமாக பேசப்படுகிறது. அதிகப்படியான வேலையைப் பற்றி பேசுவது என்பது வேலை எல்லாவற்றையும் மழுங்கடிப்பது அல்ல, ஆனால் வாடிக்கையாளரின் முன்னோக்கு, அவரது பிரச்சினைகள், சிக்கல்கள், செய்யப்பட்ட வேலைகளின் வகை, எடுக்கப்பட்ட நேரம் போன்றவற்றைப் புரிந்துகொண்டு ஆராய வேண்டும். வணிகத்தை வளர்க்க விரும்பும் அதன் செயல்திட்டங்கள் பற்றி கேட்டு அறிபவராக இருக்க வேண்டும்.

4. வாடிக்கையாளரின் தேவையில் கவனம் செலுத்துங்கள்

ஒரு நிறுவனம் வாடிக்கையாளரின் தேவைகள், விருப்பங்களை கவனமாகக் கேட்க வேண்டும். தனது வாடிக்கையாளரின் தேவைகளைக் கவனமாகக் கேட்டால், அவர்களின் தேவைகளுக்கு பொருந்தக்கூடிய வகையில் அதன் சொந்த உற்பத்தியை மாற்றியமைக்கலாம். இது வாடிக்கையாளரின் மன திருப்தி விகிதங்களை அதிகரிக்கும். வாடிக்கையாளர்களின் சிக்கல்களில் எப்போதும் அதிக கவனம் செலுத்துங்கள். இதனால் வாடிக்கையாளர்களுக்கு ஏற்ப அதன் வணிகத்தை தனிப்பயனாக்கலாம். ஒரு வாடிக்கையாளர் தான் விரும்புவதைப் பெறத் தவறினால், அவருடன் வணிகம் செய்வதற்கான வாய்ப்புகள் குறைக்கப்படுகின்றன. அவர் ஒரு நிறுவனத்தை தனது வணிக கூட்டாளராக தேர்வு செய்யமாட்டார். அதற்கு பதிலாக மற்ற வருங்கால கூட்டாளர்களைத் தேடுவார்.

5. முக்கியமானவராக இருங்கள்

முக்கியமானவர்கள் மற்ற முக்கியமான வணிக கூட்டாளிகளுடன் வணிகத் தொடர்பு வைத்துகொள்ள விரும்புகிறார்கள் மற்றும் வணிக கூட்டாளிகளுடன் சுறுசுறுப்பாக இருக்க வேண்டும் என்பது அனைவரும் அறிந்த உண்மை. தொழில்முனைவோருடைய வணிகத் தேவைகளை பூர்த்தி செய்யும் நிறுவனங்களின் ஒரு பகுதியாக இருக்க வேண்டும். மேலும் வருங்கால வாடிக்கையாளர்களுடன் தொடர்பு வைத்து

குறிப்பு

கொள்ளலாம். ஒரு நிறுவனம் தொழில் வல்லுநர்களுக்கு உண்மைநிலையைப் பெறுவதற்கும் அத்துடன் அதிக மதிப்புள்ள இலக்குகளைப் பெறுவதற்கும் தன்னார்வ சேவைகளை வழங்க வேண்டும்.

6. வாடிக்கையாளர் திருப்தியே முக்கிய குறிக்கோள்

ஒரு நிறுவனத்தின் முக்கிய நோக்கம், தங்கள் வாடிக்கையாளரின் பிரச்சினைகளை முதலில் சரிசெய்வதே. ஒரு நிறுவனம் தனது வாடிக்கையாளர்களுக்கு ஒரு சிக்கலைப் பற்றி புகார் அளித்தவுடன் விரைவான நடவடிக்கை எடுத்தால், அவருக்கு நிறுவனத்தின் மீது ஒரு நம்பிக்கையான தோற்றத்தை ஏற்படுத்த வேண்டும். ஒரு நிறுவனம் தனது வாடிக்கையாளரிடமிருந்து பெறும் வெற்றி கைதட்டல்களை மற்றும் நிறுவனத்தின் பெயர் அதன் தொழில் உறுப்பினர்களிடையே நம்பிக்கையை பரப்பி விடப்படும்.

7. சிறந்த சேவையை வழங்குதல்

ஒரு நிறுவனம் தனது வாடிக்கையாளர்களை வெற்றிகரமாக திருப்திபடுத்துதல் என்பது அவர்களிடமிருந்து வணிகத்தைப் பெற்ற பிறகும், அதன் அற்புதமான சேவைகளில் அவர்களை மகிழ்விக்க வேண்டிய நேரம் ஆகும். ஒரு நிறுவனத்தின் வணிகம் வாடிக்கையாளர்களை திருப்திப்படுத்துவதில் வெற்றிபெற்றால், அவர்கள் மீண்டும் வணிகத்தையும் புதிய வணிக வாய்ப்புகளையும் வழங்க முன்வருவார்கள்.

8. தரம் மற்றும் அளவு அணுகுமுறை

பல வணிகங்கள் தரமான வணிக மதிப்பை பெயரளவில் மட்டுமே கவனம் செலுத்துகின்றன மற்றும் பிற காரணிகளுக்கு குறைந்த முக்கியத்துவத்தை அளிக்கின்றன. இந்த திட்டம் தோல்வியின் அதிக நிகழ்தகவைக் கொண்டுள்ளது மற்றும் அதை அடைவது மிகவும் கடினம். முதல்தர சேவைக்கு அதிக கட்டணம் செலுத்த சந்தையின் குறைந்தபட்ச நிகழ்தகவும் உள்ளது. மேம்பட்ட பயனர் அனுபவங்கள் மற்றும் சிறந்த சேவைகளைப் பெற்றாலும் கூடுதல் பணம் செலவழிக்க

குறிப்பு

சந்தை தயாராக இல்லை. இதன் விளைவாக, வணிகத்தின் அளவு அம்சம் வெற்றிக்கான வாய்ப்புகளை அதிகரிக்கிறது. குறைந்த விலை போட்டியை உருவாக்குவது நிச்சயமாக அதிக வாடிக்கையாளர்களை ஈர்க்கும். இது உங்களுடைய வருவாயை அதிகரிக்கும்.

9. எனக்கு நேரமில்லை என்று சொல்வதை நிறுத்துங்கள்

நேர மேலாண்மை என்பது ஒவ்வொரு வணிக உரிமையாளரும் தெரிந்து கொள்ள வேண்டிய ஒரு திறமையாகும். இது வேலைக்கு முன்னுரிமை அளிப்பது பற்றியது. முக்கியமான வேலைகளை முதலில் செய்ய வேண்டும், குறைந்த முக்கியத்துவம் வாய்ந்த வேலைகளை பின்னர் செய்ய முடியும். செயல்பாட்டு நடவடிக்கைகள் மற்றும் வணிக மேம்பாட்டு நடவடிக்கைகளுக்கு இடையில் நேரத்தை சமநிலைப்படுத்துதல் என்பது ஒரு கலையாகும்.

10. சிறப்பான புதுமை

ஒரு நிறுவனத்தின் இலக்கை அடைய புதுமை சிறந்த வழியாகும். ஒரு நிறுவனம் தனது வாடிக்கையாளர்களுக்கு தனித்துவமான ஒன்றை வழங்கும்போது, அதன் வாடிக்கையாளர் ஒரு நிறுவனத்துடன் வணிகம் செய்வதற்கான அதிக நிகழ்தகவு உள்ளது. எல்லோரும் சந்தைக்கு புதிய தயாரிப்புகள் அல்லது சேவையை விரும்புகிறார்கள். புதுமை என்பது புதிய முறைகள், யோசனைகள், பணிப்பாய்வு, செயல்முறை பாய்ச்சல்கள் ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியிருக்கலாம், அவை நிறுவனங்களுக்கு பயனளிக்கும்.

11.4 வளர்ச்சி நிலையைப் புரிந்துகொள்வது

ஒரு புதிய வணிகத்தின் முதல் கட்டங்களில் வணிக மேம்பாட்டு உத்திகளின் பங்கு மிகவும் முக்கியமானது. ஒரு தொழில்முனைவோர் தனது வணிகத்திற்காக வெற்றிகரமான கருத்துக்களை அடையாளம்

குறிப்பு

காண வேண்டும். வியாபாரத்தை வளர்ப்பதில் வெற்றிபெற நுகர்வோர் மனதை மாற்றும் யோசனைகளைக் கொண்டிருக்க வேண்டும். ஒரு நிறுவனம் வளரவில்லை என்றால், அது சந்தையிலிருந்து வெளியேறும்.

பல நிறுவனங்கள் தங்கள் ஆரம்ப காலங்களில் வேகமாக வளர்ச்சியை அடைய முடிந்தாலும், பெரும்பான்மையானவர்கள் வளர்ச்சியடைந்தவுடன் நிறுத்திவிடுவார்கள். ஒரு வணிகமானது அந்த நிலையை அடைவதற்கு, பொதுவாக இரண்டு முடிவுகள் மட்டுமே உள்ளன: அவை – முதலாவதாக, தங்கள் சொந்த வெற்றிக் களிப்பால் விரைவில் மூடப்படும். இரண்டவதாக, அதே நிலையில் வசதியாக இருக்கும். அதன்பிறகு எந்தவொரு குறிப்பிடத்தக்க வளர்ச்சியையும் அடைய முடியாது.

ஒரு நிறுவனம் தொடர்ந்து உயர்ந்த நிலையை அடைய விரும்பினால், அதற்கு வளர்ச்சி உத்திகள் / நுட்பம் தேவை. வெற்றிகரமான வளர்ச்சி உத்திகள் அவற்றின் சந்தைகளில் ஆதிக்கம் செலுத்துவதோடு உலகளாவிய உற்பத்தி பொருட்களாக மாறுவது மட்டுமல்லாமல், உண்மையில் தொடர்ந்து வளர்ந்து வருவதும் அடங்கும். எடுத்துக்காட்டாக நைக், பேஸ்புக் மற்றும் ஸ்டார்பக்ஸ் போன்ற நிறுவனங்கள்.

இன்றைய கருத்துரைப் பகுதியில், உலகின் மிகப் பெரிய வெற்றிகள் மற்றும் வணிகத்தில் தோல்விகள் ஆகியவற்றின் பின்னணியில் உள்ள வளர்ச்சி உத்திகளை காணலாம். முக்கியமாக நுகர்வோர்களிடமிருந்து நாம் என்ன கற்றுக் கொள்ளலாம் என்பதையும் நாம் ஆழமாக தெரிந்து கொள்வோம்.

1. வளர்ச்சி உத்திகள் / நுட்பம் என்றால் என்ன?
2. வணிக வளர்ச்சியின் நெம்புகோல்கள்
3. உங்களுடைய வணிகத்திற்கான சரியான வளர்ச்சியின் தொழில்நுட்ப உத்திகள்
4. வணிக வளர்ச்சியில் முதலீடு செய்வது எப்படி?
5. AirBnB அதன் சலுகைகளை அனுபவங்களுடன் விரிவுபடுத்துகிறது

குறிப்பு

6. எவர்னோட் (Evernote) அதிகம் பெறுகிறது மற்றும் பன்முகப்படுத்துகிறது
7. க்ரோத்ஹேக்கர்ஸ் (GrowthHackers) மற்றும் உயர் துரித சோதனை
8. ஹாட்ஜார்(Hotjar) முற்றிலும் விரல் நகங்கள் சம்பந்தமான தயாரிப்பு மேம்பாடு
9. .·.பேப் (Fab) வெற்றி பெறுகிறது - மற்றும் தோல்வியடைகிறது - சந்தையை வளர்ப்பதில்
10. கன்வெர்ட்கிட் (Convertkit) சந்தையுடன் இணைப்புகளை உருவாக்குகிறது
11. வளர்ச்சி உத்திகள் / வியூகத்திற்கான பாடங்கள்

வளர்ச்சி நுட்பம் (Growth Strategy)

வளர்ச்சி உத்திகள் / நுட்பம் என்பது வணிகத்தின் சந்தையில் பெரும் பங்கை அடைய உதவும் வகையில் வடிவமைக்கப்பட்ட செயல் திட்டமாகும். ஒரு நிறுவனம் அவர்களின் நிதி, இலக்கு, சந்தை மற்றும் அவர்கள் தொடங்கியுள்ள தொழில் போன்ற காரணிகளைப் பொறுத்து அணுகுமுறை வளர்ச்சியை செயல்படுத்துகிறது.

வணிக வளர்ச்சியின் நெம்புகோல்கள் (Levers of Business Growth)

செயல் திட்டம் / அணுகுமுறை இலக்குகளை அடைய விற்பனை மற்றும் வருவாயை அதிகரிக்க வெவ்வேறு தந்திர உத்திகளைப் பயன்படுத்தப்படலாம்.

ஒரு பெரிய செயலைச் செய்ய ஒவ்வொரு அடியாக எடுக்க வேண்டியது அவசியம் ஆகும். மேலும் ஒரு நிறுவனம் தனது தந்திர உத்திகளைச் செயல்படுத்தத் தொடங்குவதற்கு முன்பு வளர்ச்சியின் பெரிய செயல் திட்ட ஆதாரங்கள் என்ன என்பதை அடையாளம் காண வேண்டும்.

இகோர், அன்சா.·.ப் (Igor, Ansoff) “செயல் திட்டம் / அணுகுமுறை நிர்வாகத்தின் தந்தை” ஆவார். அன்சா.·.ப் என்பவர். ஒரு

வணிகம் நிலையான வணிக வளர்ச்சியை அடைய பின்பற்றக்கூடிய நான்கு முக்கிய உத்திகளை தீர்மானித்தார்.

குறிப்பு

வணிக வளர்ச்சிக்கான சரியான நுட்பம்

ஒரு வணிகமானது விற்பனைக்கு ஏற்ற ஒரு திட்டத்தை தேர்ந்தெடுக்க வேண்டும். வளர்ச்சிக்கான சாத்தியமான வாய்ப்புகளை மதிப்பிடுவதற்கு வணிகங்களுக்கு உதவ அன்சா.ஃப் (Ansoff) ஒரு எளிய விளக்கத்தையும் உருவாக்கினார். மேலும் அவர்கள் Harvard Business Review - என்ற புத்தகத்தின் பக்கங்களில் "அன்சா.ஃப் அணி"- ஐ (Ansoff Matrix)" உருவாக்கினார். அதில் பொருள்-சந்தை அணி ஒருங்கமைப்பு (Product-Market Matrix)' பற்றி விளக்கியுள்ளார். பொருள்-சந்தை அணி ஒருங்கமைப்பு உலகிலேயே அதிகம் பயன்படுத்தப்படும் சந்தைப்படுத்தல் மாதிரிகளில் ஒன்றாகும்.

சந்தை ஊடுருவல் மிகக் குறைந்த அபாயத்துடன் செயல் திட்டம் வளர்ச்சியாக விளங்குகிறது. இது புரிந்துகொள்ளத்தக்கது. ஏனெனில் இது ஏற்கனவே வரையறுக்கப்பட்ட தயாரிப்பை நன்கு பிரித்தறியும் நோக்குடன் பார்வையாளர்களுக்கு விற்பதை உள்ளடக்கியது.

தொழில்முனைவோர் தயாரிப்பு மேம்பாடு அல்லது சந்தை மேம்பாடு போன்ற பல்வேறு வளர்ச்சி உத்திகளைக் கடைப்பிடிக்கத் தொடங்க வேண்டும். எந்த ஒரு புதிய சூழ்நிலைகளில் செல்லும்போது, ஆபத்தின் அளவு இயற்கையாகவே அதிகரிக்கும். இருப்பினும் அவைகளை எதிர்கொண்டு தங்களுடைய வணிகத்தைத் தொடர்ந்து வளர்த்துக் கொள்வதாகும்.

சரியான வணிக வளர்ச்சி வியூகம் செய்தல்:

வளர்ச்சியை அடைவது என்பது எந்தவொரு செயல் திட்டம் வளர்ச்சியையும் நம்புவது அல்ல. மாறாக பல காரணிகளின் கலவையாகும். அனைத்து வளங்களையும் சந்தை ஊடுருவலில் முதலீடு செய்வது அதன் முயற்சிகளை பல்வகைப்படுத்தலில் கவனம் செலுத்துவதில் மட்டுமே கிடைக்கும் என்பது மிகவும் ஆபத்தானது.

குறிப்பு

தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட செயல்திட்டங்களில் முதன்மையாக தற்போதைய தயாரிப்பு மற்றும் வாடிக்கையாளர்களின் மேம்பாடு மற்றும் தேர்வுமுறை ஆகியவற்றில் கவனம் செலுத்த வேண்டும்.

ஒவ்வொரு பகுதியிலும் ஒரு நிறுவனம் எவ்வளவு முதலீடு செய்ய வேண்டும் என்பதில் கடினமான மற்றும் வேகமான விதிகள் இல்லை என்றாலும், இது பொதுவாக 70/20/10 விதியைக் கடைப்பிடிக்க வேண்டியுள்ளது.

வளர்ச்சி செயல்திட்டத்தின் 70 சதவீத கவனத்தை முக்கிய முயற்சிகளில் (core initiatives) செலுத்த வேண்டும். அதைச் சார்ந்துள்ள முன்முயற்சிகளுடன் சோதனை மற்றும் இயங்கும் சோதனைகளில் 20 சதவீத கவனம் இருக்க வேண்டும்,

இறுதியாக, அதன் முயற்சிகளில் 10% முற்றிலும் புதிய ஒன்றை ஆராய்ச்சி செய்வதற்கும் பரிசோதனை செய்வதற்கும் அர்ப்பணிக்க வேண்டும்.

ஏர் பிஎன்பி (Air BnB) மற்றும் எவர்நோட் (Evernote) என்ற இரண்டு நிறுவனங்களின் எடுத்துக்காட்டுகள் அவற்றின் வரையறுக்கப்பட்ட வளர்ச்சியுடன் விளக்கப்பட்டுள்ளன. அவை பின்வருமாறு:

AirBnB அதன் சலுகைகள் மற்றும் அனுபவங்கள்

ஏர் பி.என்.பி (Air BnB) என்பது விண்வெளிக்குரிய தயாரிப்பு பொருட்களில் உலகின் மிகவும் பிரபலமான ஒன்றாகும். ஏர் பி.என்.பி (Air BnB) விருந்தோம்பல் மற்றும் சுற்றுலா சந்தைக்காக 2008ஆம் ஆண்டில் நிறுவப்பட்டது.

ஏர் பிஎன்பி (Air BnB) அனைத்து முரண்பாடுகளையும் மீறி ஒரு வணிகமாக தொடர்ந்து வளர்ந்து வருகிறது, ஆண்டுக்கு 100% வளர்ச்சி விகிதம்.

ஏர் பிஎன்பி (Air BnB)-யின் தொடர்ச்சியான வளர்ச்சிக்கு பெரும் சவாலை எதிர்கொண்டது - அதாவது டிராவல் ஃப்ரீக் மற்றும் ஃபிளிப் கீ (Travel Freak and Flip Key) போன்ற போட்டியாளர்கள் சந்தையில் போட்டியிடத் தொடங்கினர். அவர்கள் உள்;ர் மற்றும் சர்வதேச அரசாங்கங்களுடன் ஒழுங்குமுறை சிக்கல்களை எதிர்கொண்டனர்.

குறிப்பு

ஏர்பிஎன்பி (Air BnB) ஒரு சேவையை வழங்குகிறது. இது உள்;ர் அனுபவச் சுற்றுப்பயணங்கள் மற்றும் கலை வகுப்புகள் போன்ற உள்;ர் அனுபவங்களில் பங்கேற்க பயனர்களை அனுமதிக்கிறது.

எவர்நோட் (Evernote) அதிகமாகப் பெறுகிறது மற்றும் பன்முகப்படுத்துகிறது

எவர்நோட் (Evernote) நிறுவனம் எப்படியாவது வளர அனைத்தும் சரியான மற்றும் தவறான வழிகளிலும் ஒரே நேரத்தில் மேலாண்மை செய்ய முடிந்தது.

2011 மற்றும் 2015ஆம் ஆண்டுகளில் - வளர்ச்சிக்கான எவர்நோட் (Evernote) நிறுவனத்தின் திட்டம் முடிந்தவரை பல்வகைப்படுத்துதலில் தெளிவாக இருந்தது:

குறிப்பு எடுக்கும் ஆப் (App) அதன் முக்கிய தயாரிப்பாகும். எவர்னோட் ஒரு பயன்பாட்டிலிருந்து, உணவு மற்றும் சமையல் குறிப்புகளைக் கண்காணிக்க, நோட்புக்ஸ், பொருள்களை மறைவாக வைக்கப்படுகிற பெட்டி (backpacks) போன்ற பல்வேறான உடல் சார்ந்த தயாரிப்புகள் வரை அனைத்தையும் தொடங்கியது.

ஒவ்வொரு புதிய தயாரிப்பையும் வெளியிடுவதற்கு முன்பு குறிப்பிடத்தக்க சந்தை ஆராய்ச்சி அல்லது தயாரிப்பு சோதனைகளை நடத்துவதில் எவர்னோட் (Evernote) நிறுவனம் புறக்கணித்தது.

இறுதியாக முடிவு பேரழிவு தருகிறது. எவர்னோட(Evernote)-யின் பல புதிய தயாரிப்புகள் கடுமையாக விமர்சிக்கப்பட்டன. மேலும் அவை வெளியான சிறிது நேரத்திலேயே மூடப்பட்டது. நிலைமைகளை மோசமாக்குவதற்கு, எல்லாவற்றிற்கும் மேலாக பன்முகப்படுத்தலுக்கான அவர்களின் முன்னுரிமை நிறுவனம் முக்கிய வணிகத்தின் பார்வையை இழக்கச் செய்தது. இறுதியில் அவர்களின் தயாரிப்பின் பதிப்பை வெளியிட்டது. இது பரவலான விமர்சனங்களைப் பெற்றது.

புதிய தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகளை வளர்ப்பதில் மட்டுமே கவனம் செலுத்துவதே வளர்ந்து வருவதற்கான ஒரே வழி என்று நம்புவதற்கான பழமையான தவறை எவர்னோட் (Evernote) நிறுவனம்

குறிப்பு

செய்தது. வளர்ச்சியின் ஒரு இயந்திரமாக பல்வகைப்படுத்தல் ஏற்கனவே ஆபத்தான முதலீடாக இருந்தாலும், வளர்ச்சிக்கான முதன்மை செயல்திட்டங்களை மாற்றுவது நிச்சயமாக பேரழிவுக்கான செய்முறையாகும்.

11.5 தொழில்முனைவின் தனித்துவமான நிர்வாகம் (Unique Managerial of Entrepreneurship)

தொழில்முனைவு என்பது பின்வரும் இயல்புகளால் வகைப்படுத்தப்படுகிறது:

1. பொருளாதார மற்றும் மாறும் செயல்பாடு: (Economic and Dynamic activity)

தொழில்முனைவு என்பது ஒரு பொருளாதார நடவடிக்கையாகும். ஏனெனில் இது ஒரு நிறுவனத்தின் உருவாக்கம் மற்றும் செயல்பாட்டை உள்ளடக்கியது. மதிப்பு அல்லது செல்வத்தை உருவாக்கும் நோக்கத்துடன் இது பற்றாக்குறை வளங்களை தகுந்த முறையில் பயன்படுத்துவதை உறுதி செய்கிறது. தொழில் மதிப்புகள் உருவாக்கும் செயல்பாடு நிச்சயமற்ற வணிகச் சூழலுக்கு மத்தியில் தொடர்ந்து செய்யப்படுவதால், தொழில்முனைவு ஒரு மாறும் சக்தியாகக் கருதப்படுகிறது.

2. புதுமை தொடர்பானது (Innovation)

தொழில்முனைவு என்பது புதிய யோசனைகளுக்கான தொடர்ச்சியான தேடலை உள்ளடக்கியது. தொழில்முனைவு என்பது ஒரு நபரை வணிக நடவடிக்கைகளின் தற்போதைய முறைகளை தொடர்ந்து மதிப்பீடு செய்ய கட்டாயப்படுத்துகிறது. மிகவும் திறமையான மற்றும் பயனுள்ள அமைப்புகளை உருவாக்கி ஏற்றுக்கொள்ளலாம். வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், தொழில்முனைவு என்பது நிறுவனங்களின் உந்துதலுக்கான (செயல்திறனை மேம்படுத்துதல்) தொடர்ச்சியான முயற்சி.

குறிப்பு

3. இலாப சாத்தியம் (Profit Potential)

'ஒரு யோசனையை ஒரு உண்மையான வணிக முயற்சியாக உருவாக்கும் அபாயத்தை எடுத்துக்கொள்வதற்காக தொழில் முனைவோருக்கு வருமானம் அல்லது இழப்பீடு வழங்குவதற்கான லாப நிலை என்பது இலாப சாத்தியமாகும்." இலாப சாத்தியம் இல்லாமல், தொழில்முனைவோர் எடுக்கும் முயற்சிகள் எப்பொழுதும் சுருங்கியும், முயற்சியற்ற ஓய்வு நேரமாகவும் மட்டுமே இருக்கும்.

4. ஆபத்தைத் தாங்குதல் (Risk Bearing)

தொழில்முனைவோரின் சாராம்சம் என்பது புதிய யோசனைகளை உருவாக்குவதிலும் செயல்படுத்துவதிலிருந்தும் எழும் "ஆபத்தை ஏற்றுக்கொள்வதற்கான விருப்பம்". புதிய யோசனைகள் எப்போதும் தற்காலிகமானவை, அவற்றின் முடிவுகள் உடனடி மற்றும் நேர்மறையானதாக இருக்காது.

ஒரு தொழில்முனைவோருக்கு அவரது முயற்சிகள் பலனளிப்பதைக் காண பொறுமை இருக்க வேண்டும். இடைப்பட்ட காலத்தில் (ஒரு யோசனையின் கருத்தாக்கத்திற்கும் செயல்படுத்தலுக்கும் இடையிலான இடைவெளி), ஒரு தொழில்முனைவோர் ஆபத்தை ஏற்க வேண்டும். ஒரு தொழில்முனைவோருக்கு ஆபத்தை ஏற்றுக்கொள்ள விருப்பம் இல்லையென்றால், தொழில்முனைவு ஒருபோதும் வெற்றி பெறாது.

11.6 ஒரு நிறுவனத்திற்கு தொழில்முனைவின் நன்மைகள் (Benefits of Entrepreneurship to an Organisation)

1. மேலாண்மை திறன்களின் வளர்ச்சி

தொழில்முனைவோரின் மேலாண்மை முக்கியத்துவம் என்பது தொழில்முனைவோரின் நிர்வாக திறன்களை அடையாளம் கண்டு வளர்க்க உதவுகிறது. இது தான் தொழில்முனைவோருக்கு மிகப்பெரிய முக்கியத்துவம் தருகிறது. ஒரு தொழில்முனைவோர் ஒரு சிக்கலைப்

குறிப்பு

ஆய்வு செய்கிறார், அதன் மாற்றீடுகளை அடையாளம் காண்கிறார். மாற்று மற்றும் செலவு மற்றும் நன்மைகளின் தாக்கங்களை ஒப்பிடுகிறார் மற்றும் இறுதியாக சிறந்த மாற்றீடுகளைத் தேர்வு செய்கிறார்.

இந்த பயிற்சி ஒரு தொழில்முனைவோரின் முடிவெடுக்கும் திறன்களைக் கூர்மைப்படுத்த உதவுகிறது. தவிர, இந்த நிர்வாக திறன்களை தொழில்முனைவோர் பழைய தொழில்நுட்பங்கள் மற்றும் தயாரிப்புகளுக்கு பதிலாக புதிய தொழில்நுட்பங்கள் மற்றும் தயாரிப்புகளை உருவாக்குவதில் பயன்படுத்துகின்றனர்.

2. அமைப்புகளை உருவாக்குதல் (Creation of Organisation)

தொழில்முனைவோர் உடல், மனித மற்றும் நிதி வளங்களை முழுமையாக ஒருங்கிணைத்து, நிர்வாக திறன்களின் மூலம் குறிக்கோள்களை அடைய அவர்களை வழிநடத்தும் போது நிறுவனங்களை உருவாக்குவதற்கு தொழில்முனைவோர் ஆயத்தமாகிறார்.

3. வாழ்க்கைத் தரங்களை மேம்படுத்துதல் (Improvement of Standard of Living)

உற்பத்தி நிறுவனங்களை உருவாக்குவதன் மூலம், தொழில்முனைவு என்பது பல்வேறு வகையான பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை சமுதாயத்திற்குக் கிடைக்கச் செய்வதில் உதவுகிறது. இதன் விளைவாக மக்களுக்கு உயர்ந்த வாழ்க்கைத் தரங்கள் உருவாகின்றன.

ஆடம்பர கார்கள், கணினிகள், மொபைல் போன்கள், பல வணிக நிறுவனங்களின் ஒருங்கிணைந்த கட்டிடங்களின் (shopping Malls) விரைவான வளர்ச்சி போன்றவை மக்களின் வாழ்க்கைத் தரம் உயர்வதை சுட்டிக்காட்டுகின்றன. இவை அனைத்தும் தொழில்முனைவோரின் முயற்சியால் ஏற்படுகின்றன.

4. பொருளாதார வளர்ச்சியின் வழிமுறைகள் (Economic Growth of Ways)

குறிப்பு

தொழில்முனைவு என்பது புதுமையான யோசனைகளை உருவாக்குதல் மற்றும் பயன்படுத்துதல், கொடுக்கப்பட்ட வளங்களிலிருந்து வெளியீட்டை அதிகப்படுத்துதல், நிர்வாக திறன்களின் வளர்ச்சி போன்றவற்றை உள்ளடக்கியது. மேலும் இந்த காரணிகள் அனைத்தும் ஒரு நாட்டின் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு மிகவும் அவசியமானவை.

11.7 தொழில்முனைவைப் பாதிக்கும் காரணிகள் (Factors Affecting Entrepreneurship)

சில முக்கியமான காரணிகள் கீழே பட்டியலிடப்பட்டுள்ளன.

1. ஆளுமை காரணிகள் (Personality Factors)

தனிப்பட்ட காரணிகள், தொழில்முனைவோரின் முக்கிய திறன்களாக மாறுவது:

அ. முன்முயற்சி (கேட்கப்படுவதற்கு முன்பு நடவடிக்கைகளைச் செய்தல்)

ஆ. விரைவான செயல் (வாய்ப்புகளை அடையாளம் காணவும் பயன்படுத்தவும்)

ஈ. விடாமுயற்சி (தடைகளை கடக்க அனைத்து முரண்பாடுகளுக்கும் எதிராக செயல்படுவது மற்றும் ஒருபோதும் வெற்றியில் திருப்தியடைவதில்லை)

உ. சிக்கல் தீர்த்தல் (புதிய யோசனைகளை உருவாக்கி புதுமையான தீர்வுகளை அடைவது)

ஊ. தூண்டுதல் (வாடிக்கையாளர்கள் மற்றும் நிதியாளர்களுக்கு அவரது வணிகத்தை ஆதரிப்பதற்கும் உறவுகளை மேம்படுத்துவதற்கும் பராமரிப்பதற்கும்)

எ. தன்னம்பிக்கை (அவரது முடிவுகளையே சார்ந்திருப்பது)

ஏ. சுயவிமர்சனம் (அவரது தவறுகளிலிருந்தும் மற்றவர்களின் அனுபவங்களிலிருந்தும் கற்றல்)

ஐ. ஒரு திட்டமிடுபவர் (தகவல்களைச் சேகரிக்கிறார், ஒரு திட்டத்தைத் தயாரிக்கிறார், செயல்திறனைக் கண்காணிக்கிறார்)

குறிப்பு

ஒ. இடர்களை எதிர்கொள்பவர் (அடிப்படை குணாதிசயம்).

2. சுற்றுச்சூழல் காரணிகள் (Environment Factors)

அரசியல் காலநிலை, சட்ட அமைப்பு, பொருளாதார மற்றும் சமூக நிலைமைகள், சந்தை சூழ்நிலைகள் போன்ற சுற்றுச்சூழல் காரணிகள் தொழில்முனைவு வளர்ச்சிக்கு குறிப்பிடத்தக்க பங்களிப்பை வழங்குகின்றன. உதாரணமாக, ஒரு நாட்டில் அரசியல் நிலைமைகள் மென்மையான பொருளாதார நடவடிக்கைக்கு முற்றிலும் அவசியம்.

அடிக்கடி அரசியல் ஆர்ப்பாட்டங்கள், கடையடைப்பு, வேலைநிறுத்தங்கள் போன்றவை பொருளாதார நடவடிக்கை மற்றும் தொழில்முனைவுக்குத் தடையாக இருக்கின்றன. நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகள், பகுத்தறிவற்ற பணம் மற்றும் நிதிக் கொள்கைகள் போன்றவை தொழில்முனைவோரின் வளர்ச்சிக்கு ஒரு தடையாகும். மக்களின் உயர் வருமான நிலைகள், புதிய தயாரிப்புகள் மற்றும் அதிநவீன தொழில்நுட்பத்திற்கான ஆசை, போக்குவரத்து மற்றும் தகவல்தொடர்புக்கான விரைவான வழிமுறைகளின் தேவை போன்றவை தொழில்முனைவோரைத் தூண்டும் காரணிகளாகும். எனவே, இது தொழில்முனைவை பாதிக்கும் காரணிகள் தனிப்பட்ட மற்றும் சுற்றுச்சூழல் ஆகும். மேலும் தனிநபர், அமைப்பு மற்றும் சமூகத்திற்கு ஏற்றுக்கொள்ளக்கூடிய / விரும்பிய முடிவுகளைத் தருகிறது.

11.8 வளர்ந்து வரும் நிறுவனத்தின் தொழில் கடமைகள் / இடர்கள் (Concerns of Growing Entreprise)

1. பணப்புழக்க மேலாண்மை (Cashflow Management)

சிபி (CB) உள்நோக்க ஆராய்ச்சியின் படி, சிறு வணிகங்கள் வீழ்ச்சியடைவதற்கு பணப்புழக்க சிக்கல்களே பொதுவான காரணம். வளர்ச்சிக் காலத்தில் பணம் சம்பாதிக்க உரிமையாளர்கள் பணம்

குறிப்பு

செலவழிக்க வேண்டும், ஆனால் இந்த கருத்து விரைவாக கட்டுப்பாட்டை மீறி ஒரு ஆபத்தான நிலையில் மாறலாம். இந்த காலங்களில் ஒரு நிறுவனம் தனது பணத்தை கவனமாக நிர்வகிக்க வேண்டும். சீரான விற்பனையை உருவாக்கும் அதன் அங்காடிகளுக்கு அதன் பங்களிப்பை அதன் அடிமட்டத்திற்கு அதிகரிக்கச் செய்ய வேண்டும். கூட்டாளர்கள் மற்றும் விற்பனையாளர்களுடனும் சாதகமான கட்டண விதிமுறைகளைப் பற்றி பேச்சுவார்த்தை நடத்த வேண்டும்.

2. போட்டிக்கு பதிலளித்தல் (Responding to Competition)

ஒரு நிறுவனம் வெற்றிகரமாக இருக்கும்போது ஒரு வேடிக்கையான விஷயம் நடக்கும். மற்றவர்கள் வாய்ப்பை உணர்ந்து தொழிலுக்குள் நுழைகிறார்கள். பல சிறு வணிக உரிமையாளர்கள் கடுமையான போட்டியின் யதார்த்தங்களுக்கு தயாராக இல்லை. பதிலளிக்கும் முயற்சியில் அவர்கள் விரைவாக தங்கள் வழியை இழக்கிறார்கள்.

நீங்கள் சிறப்பாகச் செய்வதில் கவனம் செலுத்துங்கள் மற்றும் அதன் தனித்துவமான மதிப்பு முன்மொழிவை வருங்கால வாடிக்கையாளர்களுக்கும் வணிகர்களுக்கும் தொடர்ந்து தெரிவிக்கவும்.

3. ஒரு பெரிய நிறுவன கலாச்சாரத்தை வளர்ப்பது

ஒரு நிறுவனத்தின் கலாச்சாரம் அதன் நிறுவனத்துடன் தொடர்புடைய அனைவராலும் பாதிக்கப்படுகிறது. ஒரு நிறுவனம் வளர்ந்து, அதிகமான மக்கள் அந்த நிறுவனத்தின் சுற்றுப்பாதையில் வருவதால், அதன் கலாச்சாரத்தின் மீது கட்டுப்பாட்டை செலுத்துவது மிகவும் கடினம்.

ஒரு நிறுவனத்தின் மதிப்புகள் அதன் அனைத்து முடிவுகளுக்கும் வழிகாட்டுகின்றன மற்றும் நிறுவன கலாச்சாரத்தின் வெற்றி என்பது தங்கள் சிறந்த பங்கைத் தரும் மனிதர்களை வேலைக்கு அமர்த்தும். வணிகத்தின் அனைத்து மட்டங்களிலும் நட்பு நாடுகளுடன் இருப்பதால், உங்களுடைய கலாச்சாரம் வளர வளர அனுமதிக்கப்படும்.

4. எப்போது பிரதிநிதித்துவம் செய்ய வேண்டும், எப்போது ஈடுபட வேண்டும் என்பதைக் கற்றல்

குறிப்பு

பெரிய வடிவில் வரையறுக்கப்பட்ட திட்டமிடல் மற்றும் முக்கிய பதவிகளுக்கு பணியமர்த்தல் போன்ற குறிப்பிட்ட முடிவுகளில் தொழில்முனைவோர் தனிப்பட்ட முறையில் ஈடுபட வேண்டும். ஒரு நிறுவனத்தின் மேலாளர்கள் தங்கள் குழு மற்றும் நிறுவனத்திற்கு சிறந்த முடிவை எடுப்பார்கள் என்று நம்புவதும் முக்கியம். ஒவ்வொரு வணிக உரிமையாளரும் இந்த சூழ்நிலைகளுக்கு ஒரு உணர்வைப் பெற கற்றுக் கொள்ள வேண்டும் மற்றும் அவர்களின் தலைமைக் குழுவுக்கு சுமை இல்லாமல் தேவைப்படும்போது அடுத்து அடி எடுத்து வைக்க வேண்டும்.

5. சந்தை மாற்றங்களுடன் ஒத்துப்போவது

ஒரு நிறுவனம் அடிக்கடி எழுச்சியை அனுபவிக்கும் ஒரு துறையில் இயங்குகிறது. அது நிலையான மாற்றத்திற்கு தயாராக இருக்க வேண்டும். சீர்குலைவு போன்ற நிச்சயமற்ற சூழலிலும்கூட ஊழியர்களின் முகத்தைச் சுறுசுறுப்பாக மாற்றுவது பெருமைமிக்க பயிற்சியாகும்.

6. ஒரு செயல்திட்டத்தை எப்போது கைவிட வேண்டும் என்பதை தீர்மானித்தல்

சில நேரங்களில் ஆற்றல் நிறைந்ததாகத் தோன்றும் விற்பனை கூடங்களில் குறைவான வர்த்தகம், புதிய தயாரிப்பு வரிகள் எதிர்பார்த்ததைவிட அதிகமாவது போன்ற குறைகள் எற்பட வாய்ப்புள்ளது. தோல்விகள் வணிக வளர்ச்சியின் ஒரு முக்கிய பகுதியாகும். மேலும் அவை எங்கு நிகழ்கின்றன என்பதை அடையாளம் காணவும், அதற்கேற்ப வளங்களைத் திசைதிருப்பவும், அந்த தவறுகளிலிருந்து கற்றுக்கொள்ளவும் உரிமையாளர்கள் தங்களை பயிற்றுவிக்க வேண்டும்.

11.9 தொழில் கடமைகளை / இடர்களை மதிப்பீடு செய்தல்

குறிப்பு

துல்லியமான வணிக மதிப்பீடு என்பது நல்ல நிதி மற்றும் கடன் நம்பகத்தன்மையின் அடித்தளமாக அமைகிறது. அதன் வணிகத்தின் மதிப்பை தீர்மானிக்க பல்வேறு அணுகுமுறைகள் மற்றும் வழிமுறைகள் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. பொதுவாக, பட்டியலிடப்பட்ட நிறுவனங்களின் மதிப்பீடு பட்டியலிடப்படாத வணிகத்துடன் ஒப்பிடும்போது எளிதானது. ஏனெனில் முந்தையது மேற்கோள் காட்டப்பட்ட பங்கு விலையைக் கொண்டுள்ளது. நடைமுறை நோக்கங்களுக்காக, 10 ஆண்டுகளுக்கும் மேலாக நடைமுறையில் உள்ள ஒரு பட்டய கணக்காளரிடமிருந்து ஒரு வணிகத்தைப் பெறுவது எப்போதும் அறிவுறுத்தப்படுகிறது.

மூன்று வெவ்வேறு மதிப்புகளைப் பயன்படுத்தி வணிகத்தின் மதிப்பை அணுகலாம்:

1. இடர்களை மதிப்பிடுதல்: இந்த மதிப்பு வணிக நிறுவனத்தின் சம்பாதிக்கும் திறனில் கவனம் செலுத்துகிறது. வணிகமானது அதன் நிரந்தர விளம்பரதாரர்களிடமிருந்து தனித்தனியாக இருக்கும் ஒரு நிரந்தர நிறுவனம் என்றும் இது போன்ற வெளிப்புற நிகழ்வுகளால் பாதிக்கப்படாது என்றும் அது கருதுகிறது.
2. பணப்புழக்க மதிப்பு: இந்த மதிப்பு அனைத்து சொத்துக்களையும் விற்று கடன்களைத் தீர்ப்பதில் பெறப்பட்ட தொகையைக் குறிக்கிறது. சரியான முறையில் கணக்கிடப்பட வேண்டிய சில முக்கியமான சொத்துக்கள் என்பது நல்லெண்ணம், உற்பத்திப் பொருள் மதிப்பு போன்றவை ஆகும். இந்த முறை வணிகத்தை மதிப்பிடக் கூடாத ஒரு அளவுகோலை அமைக்க உதவுகிறது, ஏனெனில் இது பங்குதாரர்களுக்கு எந்த ஆதாயத்தையும் அளிக்காது.
3. சந்தை மதிப்பு: இது பட்டியலிடப்பட்ட நிறுவனங்களுடன் தொடர்புடையது. அங்கீகரிக்கப்பட்ட பங்குச் சந்தையில் ஒரு நிறுவனம் வர்த்தகம் செய்யும் விலை இது. இந்த அணுகுமுறையின் கீழ் புரிந்துகொள்ள வேண்டிய ஒரு முக்கியமான விஷயம் என்னவென்றால், பங்குச் சந்தையில் பாதுகாப்பு வர்த்தகத்தின் 'விலை' அதன் அடிப்படைகள் மற்றும் அவற்றின் ஆற்றலின் முழு நடவடிக்கையையும் அளிக்க முடியாது. இந்த விலை பொதுவாக சந்தைகளின்

உணர்வைக் குறிக்கிறது. ஆனால் ஒரு வணிகத்தின் உண்மையான நிலை அல்ல. பின்வரும் முறைகளின் கலவையானது பின்பற்றப்படுகிறது - வணிக விற்பனை, இணைப்பு, வருமானம் ஈட்டுதல், ஐபிஓ (ஜீமு), நிதி, நிதி அறிக்கை போன்றவை.

குறிப்பு

11.10 உங்களுடைய முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்கவும்

1. தயாரிப்பு விரிவாக்கம் குறித்து ஒரு குறிப்பை எழுதவும்?
2. ஒரு நிறுவனத்தின் மூன்று நிலைகளை சுருக்கமாக விளக்கவும்?
3. தொழில்முனைவோரின் தனித்துவமான திறனைக் கூறுக.
4. வளர்ந்து வரும் நிறுவனங்களின் நிர்வாக இடர்களில் ஐந்தைப் பற்றி விவரிக்கவும்.

11.11 குறுகிய பதில்களுக்கான கேள்விகள்

1. சந்தையின் ஊடுருவல் என்றால் என்ன?
2. 'வணிகத்திற்கான சரியான வளர்ச்சி நுட்பம்' குறித்து குறிப்பு வரைக.
3. 'தயாரிப்பு விரிவாக்கம்' என்ற வார்த்தையால் நீங்கள் என்ன புரிந்துகொள்கிறீர்கள்.
4. தொழில்முனைவோரை பாதிக்கக்கூடிய ஏதேனும் நான்கு காரணிகளைக் கூறவும்.
5. தொழில்முனைவோரைப் பின்பற்றுபவர் யார்?

11.12 நீண்ட பதில்களுக்கான கேள்விகள்

1. வரையறுக்கப்பட்ட திட்டமிடல் தேவையைப் பற்றி விளக்குங்கள்.
2. இகோர் அன்சாப்பின் கூற்றுப்படி, நிலையான வணிக வளர்ச்சியை அடைய பயன்படுத்தப்படும் நான்கு முக்கியமான செயல்திட்டங்களை விளக்கவும்.

3. தனித்துவமான நிர்வாக நடவடிக்கைகளின் அடிப்படையில் தொழில்முனைவோரின் சிறப்பியல்புகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

குறிப்பு

4. வளர்ந்து வரும் நிறுவனத்தின் நிர்வாகத் தேவைகளை விவரிக்கவும்.
5. 'இடர்களை மதிப்பீடு செய்தல்' என்ற வார்த்தையால் நீங்கள் என்ன புரிந்துகொள்கிறீர்கள்? ஒரு வணிக நிறுவனத்தில் பயன்படுத்தப்படும் மூன்று மதிப்பீட்டு அணுகுமுறைகளை விளக்குங்கள்.

11.13 உங்களுடைய முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்கும் பதில்கள்

1. ஒரு சிறிய அளவிலான நிறுவனம் அதன் தயாரிப்புகளின் வரிசையை விரிவுபடுத்தலாம் அல்லது விற்பனை மற்றும் லாபத்தை அதிகரிக்க புதிய அம்சங்களைச் சேர்க்கலாம். சிறிய நிறுவனங்கள் தயாரிப்பு விரிவாக்க நுட்பத்தைப் பயன்படுத்தும்போது, அது தயாரிப்பு மேம்பாடு என்று குறிப்பிடப்படுகிறது.

தற்போதைய சந்தையில் விற்பனை தொடர்கிறது. தொழில்நுட்பத்தில் மாற்றம் இருக்கும்போது ஒரு தயாரிப்பு விரிவாக்க வளர்ச்சி நுட்பத்தின் அடிப்படையில் நன்றாக வேலை செய்கிறது. பழையவை காலாவதியானதால் நிறுவனங்கள் புதிய தயாரிப்புகளைச் சேர்க்க நிர்பந்திக்கப்படலாம்.

2. **செய்தி சேகரித்தல்** - இது ஒரு நிறுவனத்தின் ஆரம்ப கட்டமாகும். இந்த கட்டத்தில், வணிக மேம்பாடு சந்தைப்படுத்துதலுக்கான பல்வேறு நுழைவு நிலைகளை அடையாளம் காண்பது. பிற வணகத்தின் பல்வேறு நிலைகள் அடையாளம் காணப்பட்டு, சம்பந்தப்பட்ட உள் குழுவுக்கு சந்தை பகுப்பாய்வின் கருத்து வழங்கப்படுகிறது. முக்கிய திறன்களின் மூலம் உற்பத்தி செய்தல் மற்றும் பொறியியல் குழுக்களின் கூட்டுப்பணியுடன் சம்பந்தப்பட்டுள்ளது.

சோதனை - இந்த கட்டத்தில், வணிகத்தை வளர்ப்பவர் சந்தையில் இருந்து எடுக்கப்பட்ட அனுமானங்களைச் சோதிக்கவும்,

பல்வேறு கண்டுபிடிப்புகளை உள்ளிடவும் சில திறந்த ஒப்பந்தங்கள் மூலம் முடிவு செய்கிறார். அளவீட்டு கட்டமைப்பை அமைப்பதற்கு பகுப்பாய்வு திறன் பயன்படுத்துகிறது. கட்டமைப்பானது நிறுவனத்தின் நோக்கம், பலம் மற்றும் குறிக்கோள் ஆகியவற்றைப் பொறுத்தது.

அளவிடுதல் - ஒவ்வொரு ஒப்பந்தத்திலிருந்தும் புள்ளிவிவரம் சேகரிக்கப்பட்ட பிறகு, இலக்கை நிறைவேற்ற ஒரு பாதை வகுக்கப்படுகிறது. எதிர்கால நடவடிக்கைகளுக்கான முழு ஆதரவு அமைப்பு உருவாக்கப்படுகிறது.

3. தொழில்முனைவோரின் தனித்திறமை

1. பொருளாதார மற்றும் மாறும் செயல்பாடு:
2. புதுமை தொடர்பானது
3. இலாப சாத்தியம்
4. வளர்ந்து வரும் நிறுவனங்களின் நிர்வாக இடர்கள்

பணப்புழக்க மேலாண்மை

சி.பி (CB) உள்நோக்க ஆராய்ச்சியின் படி, சிறு வணிகங்கள் வீழ்ச்சியடைவதற்கு பணப்புழக்க சிக்கல்களே பொதுவான காரணம். வளர்ச்சிக் காலத்தில் பணம் சம்பாதிக்க உரிமையாளர்கள் பணம் செலவழிக்க வேண்டும், ஆனால் இந்த கருத்து விரைவாக கட்டுப்பாட்டை மீறி ஒரு ஆபத்தான நிலையில் மாறலாம். இந்த காலங்களில் ஒரு நிறுவனம் தனது பணத்தை கவனமாக நிர்வகிக்க வேண்டும்.

போட்டிக்கு பதிலளித்தல்

ஒரு நிறுவனம் வெற்றிகரமாக இருக்கும்போது ஒரு வேடிக்கையான விஷயம் நடக்கும். மற்றவர்கள் வாய்ப்பை உணர்ந்து தொழிலுக்குள் நுழைகிறார்கள்.

3. ஒரு பெரிய நிறுவன கலாச்சாரத்தை வளர்ப்பது

ஒரு நிறுவனத்தின் கலாச்சாரம் அதன் நிறுவனத்துடன் தொடர்புடைய அனைவராலும் பாதிக்கப்படுகிறது. ஒரு நிறுவனம்

வளர்ந்து, அதிகமான மக்கள் அந்த நிறுவனத்தின் சுற்றுப்பாதையில் வருவதால், அதன் கலாச்சாரத்தின் மீது கட்டுப்பாட்டை செலுத்துவது மிகவும் கடினம். இது தடம் புரண்ட அபாயத்தை இயக்குகிறது.

குறிப்பு

பகுதி - 12

நிதி பகுப்பாய்வு (Financial Analysis)

அமைப்பு

குறிப்பு

12.1 அறிமுகம்

நிதி பகுப்பாய்வு (Financial Analysis) என்பது ஒரு நிறுவனத்தின் செயல்திறனை மதிப்பிடுவதற்கும் பரிந்துரைகளை செய்வதற்கும் நிதிப் புள்ளிவிவரங்களைப் பயன்படுத்துவதையும் சார்ந்துள்ளது. நிதி ஆய்வாளர்கள் முதன்மையாக கணிப்பொறியில் உள்ள MS Excel மென்பொருளில் தங்கள் தரவுகளை பதிவிடுகின்றனர். ஒரு விரிவுதாளைப் பயன்படுத்தி பழைய வரலாற்று புள்ளிவிவரங்களைப் பகுப்பாய்வு செய்வதோடு எதிர்காலத்தில் நிகழும் நிறுவனத்தைப் பற்றிய கணிப்புகளையும் பதிவிடுகிறார்கள்.

12.2 நிதி பகுப்பாய்வின் வகைகள் (Types)

நிதி பகுப்பாய்வின் மிகப் பொதுவான வகைகள் பின்வருமாறு:

- செங்குத்து
- கிடைமட்டம்

குறிப்பு

- நிதி திறன் (நிதி சலுகை)
- வளர்ச்சி
- லாபம்
- ரொக்கம்
- செயல்திறன்
- பணப்புழக்கம்
- திரும்ப செலுத்தும் விகிதங்கள்
- மதிப்பீடு
- அமைப்பு நிலை & உணர்திறன்
- மாறுபாடு

12.3 நிதி பகுப்பாய்வின் ஐந்து முக்கிய இயல்புகள் (Five Key elements of Financial Analysis)

நிதி பகுப்பாய்வு பின்வரும் முக்கிய காரணிகளைக் கொண்டுள்ளது.

1. வருவாய் (Revenue)

ஒரு வணிகத்தின் முக்கிய ஆதாரம் வருவாய். வருவாயின் அளவு, தரம் மற்றும் நேரம் ஆகியவை நீண்டகால வெற்றியை தீர்மானிக்க முடியும்.

- வருவாய் வளர்ச்சி (தற்போதைய வருவாய் - முந்தைய (கடந்த வருட) கால வருவாய்) ÷ கடந்த வருட கால வருவாய். வருவாய் வளர்ச்சியைக் கணக்கிடும்போது, ஒரு முறை வருவாயைச் சேர்க்க வேண்டாம், இது பகுப்பாய்வை சிதைக்கும்.
- வருவாய் ஒருமுகப்படுத்துதல் (திரட்டுதல்) (வாடிக்கையாளரிடமிருந்து வருவாய் ÷ மொத்த வருவாய்). ஒரு வாடிக்கையாளர் அதிக சதவீத வருவாயை ஈட்டினால், அந்த வாடிக்கையாளர் வாங்குவதை நிறுத்தினால் ஒரு நிறுவனம் நிதி சிக்கலை எதிர்கொள்ளக்கூடும். எந்தவொரு வாடிக்கையாளரும் ஒரு நிறுவனத்தின் மொத்த வருவாயில் 10 சதவீதத்திற்கு மேல் பிரதிநிதித்துவப்படுத்தக் கூடாது.

குறிப்பு

• ஒரு ஊழியருக்கான வருவாய் (ஊழியர்களின் வருவாய் ÷ சராசரி எண்ணிக்கை). இந்த வருமானம் ஒரு வணிகத்தின் உற்பத்தித்திறனை அளவிடுவதற்கு உதவுகிறது. அதிக விகிதம் சிறந்தது. மிகவும் வெற்றிகரமான பல நிறுவனங்கள் ஒரு ஊழியர் மூலம் ஆண்டுக்கு 1 மில்லியனுக்கும் அதிகமான வருவாயை அடைகின்றன.

2. லாபம் (Profit)

ஒரு நிறுவனத்தால் தரமான இலாபத்தை தொடர்ச்சியாக உருவாக்க முடியாவிட்டால், அதன் வணிகம் அதை நீண்ட காலத்திற்கு தொடர முடியாது.

• மொத்த லாப அளவு (வருவாய் - விற்கப்பட்ட பொருட்களின் விலை) ÷ வருவாய். ஆரோக்கியமான மொத்த இலாப அளவு, தற்போதைய செலவினங்களைச் செலுத்தும் திறனை இழக்காமல் வருவாய்க்கு அல்லது விற்கப்படும் பொருட்களின் விலைக்கு அதிர்ச்சிகளை உள்வாங்க உங்களை அனுமதிக்கிறது.

• இயக்க லாப அளவு (வருவாய் - விற்கப்பட்ட பொருட்களின் விலை - இயக்க செலவுகள்) ÷ வருவாய். இயக்க செலவுகளில் வட்டி அல்லது வரி இல்லை. நிதி நடவடிக்கைகள் (கடன் அல்லது பங்கு) பொருட்படுத்தாமல் லாபம் ஈட்ட ஒரு நிறுவனத்தின் திறனை இது தீர்மானிக்கிறது உயர்ந்தது மற்றும் சிறந்தது.

• நிகர லாப அளவு (வருவாய் - விற்கப்பட்ட பொருட்களின் விலை - இயக்க செலவுகள் - மற்ற அனைத்து செலவுகள்) ÷ வருவாய். நிகர லாப அளவு என்பது ஒரு வணிகத்தில் மறு முதலீடு செய்வதற்கும், ஈவுத்தொகை வடிவில் உரிமையாளர்களுக்கு விநியோகிப்பதற்கும் வழிவகுக்கிறது.

3. செயல்பாட்டுத் திறன் (ழுிநசயவழையெட நுககைஉநைெஉல)

செயல்பாட்டுத் திறன் என்பது ஒரு நிறுவனம் அதன் வளங்களை எவ்வளவு நன்றாகப் பயன்படுத்துகிறது என்பதைக் குறிக்கிறது. செயல்பாட்டு திறன் இல்லாதது சிறிய இலாபங்களுக்கும் பலவீனமான வளர்ச்சிக்கும் வழிவகுக்கிறது.

குறிப்பு

• கணக்கிலுள்ள வரவுகள் மொத்த பரிமாற்றத்தொகை (நிதியிருப்பில் விற்பனை ÷ சராசரி பெறத்தக்க கணக்குகள்). வாடிக்கையாளர்களுக்கு வழங்கப்படும் கடனை ஒரு நிறுவனம் எவ்வளவு திறமையாக நிர்வகிக்கிறது என்பதை இது அளவிடுகிறது. அதிக எண்ணிக்கை என்றால் ஒரு நிறுவனம் கடனை நன்றாக நிர்வகிக்கிறது, குறைந்த எண்ணிக்கை ஒரு எச்சரிக்கைக்கான அறிகுறி. ஒரு நிறுவனம் வாடிக்கையாளர்களிடமிருந்து சேகரிப்பதை மேம்படுத்த வேண்டும்.

மொத்த சரக்கு விற்பனை (விற்கப்பட்ட பொருட்களின் விலை ÷ சராசரி சரக்கு). ஒரு நிறுவனம் அதன் திறமையான பயன்பாட்டை சரக்குகளில் அளவிடுகிறது. அதிக எண்ணிக்கை(விற்பனை) ஒரு நல்ல அறிகுறி, குறைந்த எண்ணிக்கையானது அதன் மிகக் குறைந்த விற்பனையை அல்லது அதன் தற்போதைய விற்பனை நிலைக்கு அதிகமாக உற்பத்தி செய்வதாகும்.

4. மூலதன செயல்திறன் மற்றும் கடன் (ஊயிவையட நுககைஉநைஉெல யனெ ளுழடஎநஉெல)

மூலதன செயல்திறன் மற்றும் கடனுதவி ஆகியவை கடன் வழங்குநர்களுக்கும் முதலீட்டாளர்களுக்குமான வட்டி.

• சமபங்கு திரும்புதல் (நிகர வருமானம் ÷ பங்குதாரர் பங்கு). இது ஒரு வணிகத்திலிருந்து முதலீட்டாளர்கள் உருவாக்கும் வருவாயைக் குறிக்கிறது.

• சமபங்குக்கு கடன் (கடன் ÷ சமபங்கு). கடன் மற்றும் சமபங்கு வரையறைகள் மாறுபடலாம். ஆனால் பொதுவாக இது ஒரு நிறுவனம் செயல்பட எவ்வளவு அந்நியச் செலாவணியைப் பயன்படுத்துகிறது என்பதைக் குறிக்கிறது. அந்நியச் செலாவணி வணிகத்திற்கான நியாயமானதை விட அதிகமாக இருக்கக்கூடாது.

5. பணப்புழக்கம்

பணப்புழக்க பகுப்பாய்வு பணச் செலவுகளை ஈடுகட்ட போதுமான பணத்தை உருவாக்கும் திறனைக் குறிக்கிறது. எந்தவொரு வருவாய்

குறிப்பு

வளர்ச்சியோ அல்லது இலாபமோ மோசமான பணப்புழக்கத்தை ஈடுசெய்ய முடியாது.

• தற்போதைய விகிதம் (நடப்பு சொத்துக்கள் ÷ தற்போதைய பொறுப்புகள்). இது பணம் மற்றும் பிற நடப்பு சொத்துகளிலிருந்து குறுகிய கால கடமைகளை செலுத்தும் திறனை அளவிடுகிறது. 1 க்கும் குறைவான மதிப்பு என்பது ஒரு நிறுவனத்திற்கு இதைச் செய்ய போதுமான திரவ வளங்கள் இல்லை என்பதாகும். 2 க்கு மேல் விகிதம் சிறந்தது.

• வட்டி பாதுகாப்பு (வட்டி மற்றும் வரிகளுக்கு முந்தைய வருவாய் ÷ வட்டி செலவு). இது பணத்திலிருந்து வட்டி செலவை உருவாக்கும் திறனை அளவிடுகிறது. 1.5 க்கும் குறைவான மதிப்பு கடன் வழங்குபவர்களுக்கு கவலை அளிக்கிறது.

12.4 விகித பகுப்பாய்வு (Ratio Analysis)

விகித பகுப்பாய்வு என்பது ஒரு நிறுவனத்தின் பணப்புழக்கம், செயல்பாட்டு திறன் மற்றும் அதன் நிதிநிலை அறிக்கைகளில் உள்ள தகவல்களை ஒப்பிடுவதன் மூலம் இலாபத்தன்மை பற்றிய நுண்ணறிவைப் பெறுவதற்கான ஒரு அளவு முறையாகும். விகித பகுப்பாய்வு என்பது அடிப்படை பகுப்பாய்வின் ஒரு மைல்கல்லாகும்.

நிறுவனங்களை மதிப்பிடுவதற்கு ஆய்வாளர்கள் பல வகையான விகிதங்களைப் பயன்படுத்துகின்றனர். அதே நேரத்தில் ஒரு நிறுவனத்தைப் பற்றிய விரிவான செயல்பாட்டுப் புள்ளிவிவரத்தை அணுகுவதால் கூட்டு நிறுவன உறுப்பினர் அவற்றை குறைவாக நம்பியிருக்கிறார்கள்.

12.4.1 நிதி விகித பகுப்பாய்வு

• **எளிமையான (குறுக்கு) வழி**: விகிதங்கள் ஒரு நிறுவனத்தின் உண்மையான நிதி நிலையைப் புரிந்துகொள்ள முதலீட்டாளர்கள் விண்ணப்பிக்கக்கூடிய ஒரு வகையான தீர்க்கமான அல்லது மனதில் உதித்த சுருக்கமான வழி முறைகளை மாற்றமுள்ள விதியை

குறிப்பு

வழங்குகின்றன. குறிப்பிட்ட விகிதங்கள் கட்டாயம் சேர்க்கப்பட வேண்டும் என்று பரிந்துரைக்கப்பட்ட மதிப்புகள் உள்ளன. மற்ற சந்தர்ப்பங்களில், ஒப்பிடுவதற்கான மதிப்புகள் பிற நிறுவனங்களிலிருந்து பெறப்படுகின்றன அல்லது அதே நிறுவனங்கள் முந்தைய பதிவுகளை வைத்திருக்கின்றன. இருப்பினும், ஒரு முழுமையான கடினமான பகுப்பாய்வை மேற்கொள்வதற்கு பதிலாக, நிதி விகிதங்கள் முதலீட்டாளர்களுக்கு அவர்களின் அளவுகோல்களை பூர்த்தி செய்யும் நிறுவனங்களை பட்டியலிட உதவுகிறது.

- **பதுங்கிச் செல்வதின் உச்சம்:** (Sneak-Peek) முதலீட்டாளர்கள் தங்கள் முடிவுகளை எடுக்க வரையறுக்கப்பட்ட புள்ளிவிவரங்களைக் கொண்டுள்ளனர். நிறுவனத்தின் விவகாரங்களின் நிலை என்னவென்று அவர்களுக்குத் தெரியாது. நிதி அறிக்கைகள் நிறுவனத்தின் உள் செயல்பாடுகளை வழங்குகின்றன. நிதி விகிதங்கள் நிதி பகுப்பாய்வை எளிதாக்குகின்றன. முதலீட்டாளர்களுக்கு பல்வேறு வருமான அறிக்கை மற்றும் இருப்புநிலைப் பிரிவுகளுக்கு இடையிலான உறவுகளை ஒப்பிட்டுப் பார்க்கவும் அவை உதவுகின்றன. மேலும் நிறுவனத்தில் திரைக்குப் பின்னால் உண்மையில் என்ன நடக்கிறது என்பதைப் பற்றிய ஒரு கண்ணோட்டத்தை அவர்களுக்கு வழங்குகிறது.
- **புள்ளிகளை இணைத்தல்**: (Connecting the Dots) ஒரு நிறுவனத்தின் உண்மையான விவகாரங்களை வெளிப்படுத்துவதில் நிதி விகிதங்கள் நம்பமுடியாத சக்தியைக் கொண்டுள்ளன என்பதை பல ஆண்டுகளாக முதலீட்டாளர்கள் உணர்ந்துள்ளனர். டுபான்ட் பகுப்பாய்வு (DuPont Analysis) போன்ற பகுப்பாய்வு விகிதங்களுக்கிடையேயான உறவை முன்னணியில் கொண்டு வந்துள்ளன. மேலும் அவை ஒரு நிறுவனம் அதிக லாபம் ஈட்ட உதவும்.

12.4.2 நிதி விகிதங்களின் வகைகள்

நிதி விகிதங்கள் ஐந்து அடிப்படை வகைகளைக் கொண்டுள்ளது. அவை பின்வருமாறு:

இலாப விகிதங்கள் என்பது நிறுவனம் ஏற்றுக்கொள்ளக்கூடிய வருமான விகிதத்தை உருவாக்க அதன் சொத்துக்களைப்

குறிப்பு

பயன்படுத்துவதையும் அதன் செலவினங்களைக் கட்டுப்படுத்துவதையும் அளவிடுகிறது.

பண விகிதங்கள் என்பது கடன் செலுத்த பணம் கிடைப்பதை அளவிடுகின்றன.

செயல்பாட்டு விகிதங்கள் என்பது செயல்திறன் விகிதங்கள் என அழைக்கப்படுகின்றன, இது ஒரு நிறுவனத்தின் வளங்கள் அல்லது சொத்துக்களின் பயன்பாட்டின் செயல்திறனை அளவிடுகிறது.

கடன் அல்லது அந்நியச் செலாவணி என்பது விகிதங்கள் நீண்டகால கடனைத் திருப்பிச் செலுத்துவதற்கான நிறுவனத்தின் திறனை அளவிடுகின்றன.

சந்தை விகிதங்கள் என்பது பங்குதாரர் பார்வையாளர்களுடன் அக்கறை கொண்டுள்ளன. அவை பங்குகளை வெளியிடுவதற்கான செலவு மற்றும் வருமானம் மற்றும் நிறுவனத்தின் பங்குகளில் முதலீட்டின் மதிப்பு ஆகியவற்றுக்கு இடையிலான உறவை அளவிடுகின்றன.

12.4.3 நிதி விகித பகுப்பாய்வும் தொழில்முனைவோரும் (Financial Ratio Analysis and the Entrepreneur)

கடன் வழங்குபவர்களும், பெரும்பாலும் முதலீட்டாளர்களும், ஒரு தொழில்முனைவோரின் நிதிநிலை அறிக்கைகளை மறுஆய்வு செய்யும் போது ஒன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட நிதி விகிதங்களை கணக்கிடுவார்கள். ஒரு தொழிற்துறையில், “நல்ல” மற்றும் “மோசமான” திறன்மதிப்பீடு அளவுகோல் வரையறைகள் இருக்கும். அதற்கு எதிராக ஆபத்தான முயற்சிகள் அளவிடப்படும் (ரோஜர்ஸ், 2014). முதலீட்டாளர்கள் மற்றும் கடன் வழங்குநர்கள் ஒரு வணிகத்தின் விவரங்களைக் கருத்தில் கொண்டு, தொழில்துறையின் வரையறைகளுடன் ஒப்பிடும்போது விகிதங்களின் முக்கியத்துவத்தை வித்தியாசமாக எடைபோடுவார்கள்.

நிதி விகித பகுப்பாய்வைப் பயன்படுத்தும் போது தொழில்முனைவோர், முதலீட்டாளர் மற்றும் கடன் வழங்குபவர் ஒரு வணிக முயற்சியில் பயனுள்ள தகவல்களையும் நிதி போக்குகளையும் பெறலாம். எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு நிறுவனம் அதன் விகிதங்களை

குறிப்பு

தங்கள் தொழில்களின் சராசரி விகிதங்களுடன் ஒப்பிடலாம். ஆனால் சிறந்த மற்றும் மிகத் துல்லியமான திறன்மதிப்பீடு அளவுகோல் போன்ற வரையறைகளை நிறுவனங்கள் பயன்படுத்தி வருகின்றன. தங்கள் தொழில்துறையில் அதிக செயல்திறன் கொண்ட நிறுவனங்கள். இந்த நிறுவனங்களுக்கு எதிரான ஒப்பீடுகள் ஒரு வணிகத்திற்கான நீட்டித்த இலக்குகளை உருவாக்கி ஊக்குவிக்க முடியும்.விகித பகுப்பாய்வு என்பது தொழில்முனைவோருக்கு மதிப்பைக் கொண்டிருக்கக்கூடும். ஆனால் நிதி எங்கு தேடப்படுகிறதோ அதைப் பொறுத்து, இந்த விகிதங்கள் நிதியுதவியைப் பெறுவதற்கு உதவக்கூடும் அல்லது உதவாது.

ஆரம்ப கட்ட நிதியுதவியைத் தேடும் தொழில்முனைவோர், வாடிக்கையாளர் கையகப்படுத்தல் செலவினங்களில் தொடர்ச்சியான முன்னேற்றங்கள், பல்வேறு தொடர்புகளில் வாடிக்கையாளர் ஈடுபாட்டை மேம்படுத்துதல் மற்றும் மீண்டும் கொள்முதல் அல்லது கொள்முதல் அதிர்வெண் ஆகியவற்றைக் கண்டறியும் முதலீட்டாளர்களை சந்திக்க வாய்ப்புள்ளது. இந்த நடவடிக்கைகள் முதலீட்டாளருக்கு வழங்கப்படும் தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளில் உள்ள ஆர்வத்தை அளவிட உதவுகின்றன. மேலும் அவை பெரும்பாலும் நீண்டகால வருவாயை முன்னறிவிப்பவையாகும்.

ஒரு குறிப்பிட்ட துறைகள் சார்ந்த ஆளுமை திறன் பகுதியில் ஆர்வம் மற்றும் நிபுணத்துவம் காரணமாக தொழில்முனைவோர் பெரும்பாலும் ஒரு தொழிலைத் தொடங்க தூண்டப்படுகிறார்கள். பல தொழில்முனைவோர் வருவாய் மற்றும் செலவுகளின் அடிப்படைகளுக்கு அப்பால் வணிக நிதிக்கு வரும்போது குறைந்த திறமை வாய்ந்தவர்களாக இருக்கலாம். ஒரு தொழில்முனைவோரின் வணிகம் வளரும்போது, நிதியத்தின் முக்கிய அம்சங்களைப் புரிந்துகொள்வது மிகவும் முக்கியமானது. குறிப்பாக அவர் முதலீடு அல்லது நிதியுதவிக்கு வெளியே முயல்கிறார். நிதி விகித பகுப்பாய்வின் அடிப்படைகளையும், முதலீடு அல்லது நிதியுதவியைத் தேடுவதற்கு முன்பு ஒரு வணிகத்தின் ஆரோக்கியத்தை தீர்மானிக்க அதை எவ்வாறு பயன்படுத்தலாம் என்பதையும் புரிந்துகொள்வது முக்கியம்.

குறிப்பு

12.5 முதலீட்டு செயல்முறை (Investment Process)

ஒரு சிறிய, அனுபவம் வாய்ந்த முதலீட்டுக் குழு திறமையான, தொழில்முறை முதலீட்டு செயல்முறையை நிர்வகிக்கிறது.

ஒரு நிறுவனம் முக்கிய முதலீட்டு அளவுகோல்களை மறுபரிசீலனை செய்ய வேண்டும் மற்றும் அணுகுமுறைச் செயல்பாடுகளை அறிந்து கொள்ள வேண்டும்.

ஒரு நிறுவனம் விடாமுயற்சியையும் ஆவ்ணங்களையும் முழுமையாக அணுக வேண்டும். ஆனால் செலவு குறைந்த மற்றும் திறமையான முறையில் அணுக வேண்டும். முதலீட்டு செயல்முறையின் ஒரு பகுதியாக, எங்கள் முதலீட்டுக் குழுவிலிருந்து ஆதரவையும் கருத்தையும் நாங்கள் பெறுகிறோம்.

ஒரு முதலீடு இறுதி செய்யப்பட்டவுடன், ஒரு நிறுவனம் முதலீட்டாளர் நிறுவனத்துடன் நெருங்கிய உறவை வளர்த்துக் கொள்ள வேண்டும். மேலும் நிர்வாக இயக்குநர் மற்றும் / அல்லது நிறுவன கருத்துடன் இருப்பவர் போன்ற ஒரு பார்வையாளரை வாரியம் நியமிக்கும். முதலீட்டு நிறுவனங்கள் மாதாந்திர நிதி மற்றும் வணிக புதுப்பிப்புகளை வழங்கும் என்றும், ஒருவேளை ஏற்கனவே இல்லை என்றால் முறையான குழு கட்டமைப்பை செயல்படுத்தும் என்றும் எதிர்பார்க்கப்படுகிறது.

வெளிப்புற நுண்ணறிவு, ஆலோசனை மற்றும் வழிகாட்டுதலுடன், உயர்ந்த நிலை கொண்ட பேராவல் மற்றும் திறமையான நிர்வாக குழுவுக்கு ஆதரவாக, ஒரு நிறுவனம் அடுத்த தலைமுறை வளர்ச்சி வணிகங்களுக்கு வெற்றிகரமான விளைவுகளை அடைய முடியும்.

தொழில்முனைவோர் செயல்பாட்டில் ஈடுபட்டுள்ள நிலைகள்:

1. ஒரு வணிக சிந்தனையின் தொடக்கம்
2. பூர்வாங்க சாத்தியக்கூறுகளை நடத்துதல்
3. விரிவான சாத்தியக்கூறு பகுப்பாய்வு
4. மிகவும் நம்பிக்கைக்குரிய யோசனையின் தேர்வு
5. வணிகத் திட்டத்தை எழுதுதல்
6. ஆபத்தான முயற்சியைத் தொடங்குதல்
7. சமூக சாத்தியக்கூறு

குறிப்பு

8. நிதி ஏற்பாடு
9. தேவையான அனுமதிகளை எடுத்துக் கொள்ளுதல்
10. கட்டிடம் கட்டுதல்
11. பயன்பாட்டு இணைப்புகளைப் பெறுதல்
12. பணியாளர்களை நியமித்தல்
13. இயந்திரங்களை வாங்கவும் நிறுவவும்
14. மூலப்பொருட்களை வாங்கவும்
15. தொழில்முனைவோரின் நினைவுக் குறிப்பாணை அல்லது நினைவூட்டல் அறிக்கை
16. செயல்பாடுகளைத் தொடங்குதல்
17. நிறுவனத்தை நிர்வகித்தல்
18. உற்பத்தியைப் பெறுதல்.

12.5.1 முதலீட்டு அளவுகோல் அல்லது வரன்முறை

1. **மேலாண்மை:** தனிநபர்களும் குழுக்களும் முதலீட்டாளர்களின் வாழ்நாளில் முதலீட்டாளர்களுடன் இணைந்து பணியாற்ற தயாராக இருக்கிறார்கள். குழுக்கள் நீண்ட காலத்திற்கு வணிகத்தில் உறுதியாக இருக்க வேண்டும் மற்றும் வணிக வெற்றிக்கு தகுந்த வெகுமதி பெற வேண்டும்.

2. **சந்தை மற்றும் போட்டி:** சந்தை பங்கை வெல்ல நிர்வாகத்திற்கு நம்பகமான திட்டம் இருக்க வேண்டும். போட்டியின் தன்மை, சந்தையின் இயக்கவியல் மற்றும் வணிகத்தின் முக்கிய வேறுபாடுகள் ஆகியவற்றை தெளிவாக வெளிப்படுத்துவது முக்கியம்.

3. **பொருள் அல்லது சேவை:** தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகள் நிலைமை அல்லது சீர்குலைவு கூறுகளுக்கு மேம்பட்ட முன்னேற்றத்தை வழங்குகின்றன. தற்போதுள்ள தொழில்நுட்பங்களின் மேலும் மேம்பாட்டிற்காக அல்லது புதியவற்றின் மேம்பாட்டிற்காக, தொழில்நுட்பம் எவ்வாறு வணிக ரீதியாக உருவாக்கப்படும் என்பதற்கான தெளிவான பாதைக்கான வரைபடத்தை நிறுவனங்கள் வழங்க வேண்டும்.

4. **வாடிக்கையாளர்கள்:** தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகள் அடையாளம் காணக்கூடிய மற்றும் உரையாற்றக்கூடிய சந்தையைக் கொண்டிருக்க

குறிப்பு

வேண்டும், தெளிவான ஆதாரங்களால் ஆதரிக்கப்படுகிறது. இது வாடிக்கையாளர் தேவைகள் அல்லது அவசியத்தைத் தீர்க்கிறது.

5. **நிதி**: முதலீட்டு விவாதங்களை முன்னேற்றுவதற்கு ஒரு நிறுவனத்திற்கு சில நிதி இழுவை (financial traction) தேவைப்படுகிறது. வணிகங்கள் பொதுவாக ஆண்டு வருமானத்தில், £100,000 க்கும் அதிகமாக அல்லது அதற்கு சமமான, நிலையான வளர்ச்சி வீதத்தை ஈட்டுகின்றன. ஆரம்ப கட்ட வணிகங்கள் வருவாய் இலக்குகளை விட குறைவாக இருப்பது மிகவும் பொதுவானது. மேலாண்மை லட்சியமாக உள்ளது, இதற்காகத் திட்டமிட்டுத் தயாரித்தல் மற்றும் அத்தகைய பற்றாக்குறையின் வணிகத்தில் நிதி விளைவுகளைப் பற்றி அறிந்து கொள்ளலாம்.

6. **நிதி தேவைகள்:** தற்போதைய நிதி சுற்று 12 - 18 மாத பண ஓடுதளத்தை வழங்கும் என்ற நோக்கத்துடன் தொழில்முனைவோர் பொதுவாக நிறுவனங்களில் முதலீடு செய்வார்கள். ஒரு நிறுவனத்திற்கு சுய-நிதியுதவி அல்லது சில வகையான பணப்புழக்க நிகழ்வுகளை அடைய குறிப்பிடத்தக்க, பல, மேலும் சுற்று நிதி தேவையில்லை.

7. **மதிப்பீடு:** ஒரு நிதியமாக, ஒரு தொழில்முனைவோர் முதலீட்டில் வணிக ரீதியான வருவாயைத் தேடுவார். இதன் விளைவாக ஆரம்ப மதிப்பீடுகள் மற்றும் மதிப்பீட்டு வளர்ச்சியின் எதிர்பார்ப்புகள் நியாயமான முறையில் பிரதிபலிக்க வேண்டும்.

8. **நிதிகளின் பயன்பாடு:** நிறுவனங்கள் திரட்டிய நிதியின் பயன்பாட்டை தெளிவாக கோடிட்டுக் காட்ட வேண்டும். (Cass Entrepreneurship Fund) காஸ் தொழில்முனைவோர் நிதி என்பது 10 மில்லியன் துணிகர மூலதன நிதியாகும். பல திட்டங்களுக்கு நிதியளிப்பதற்கு திறந்திருக்கும் அதே வேளையில், இவை முக்கிய பணியாளர்களை வேகமாக விரைவுபடுத்துதல், விற்பனை மற்றும் சந்தைப்படுத்தல் வளங்களை விரிவுபடுத்துதல் மற்றும் மேலும் தயாரிப்பு, சேவை அல்லது பொது வணிக மேம்பாட்டிற்கு பங்களிப்பு செய்வது தொடர்பானவை.

9. **பணப்புழக்க நிகழ்வுகள்:** ஒரு தொழில்முனைவோர் நீண்டகால பங்குதாரர் மற்றும் நோயாளி முதலீட்டாளர் என்றாலும், இந்த நிதியம் வணிக ரீதியான பணம் செலுத்துதல் மற்றும் இலக்கு முதலீட்டு வருவாயை நாடுகிறது. அதன்படி, வாங்குபவர்களுக்கு அல்லது

குறிப்பு

இரண்டாம்நிலை நிதியாளர்களுக்கு மதிப்பில் அர்த்தமுள்ள வளர்ச்சியை அடைய நிறுவனத்திற்கு தேவையான முக்கிய வணிக அல்லது நிதி மைல்கற்கள் குறித்து வணிகத் திட்டங்கள் தெளிவாக இருக்க வேண்டும்.

12.6 சமநிலைப் பகுப்பாய்வு (Break-Even Analysis)

ஒரு இடைவெளி-பகுப்பாய்வு என்பது ஒரு நிறுவனத்தின் கருவி அல்லது ஒரு புதிய சேவை அல்லது ஒரு தயாரிப்பு இலாபகரமானதாக இருக்கும் என்று தீர்மானிக்க உதவும் நிதிக் கருவியாகும். சமநிலை என்பது ஒரு தொழில்முனைவோர் பணம் சம்பாதிப்பதோ அல்லது பணத்தை இழப்பதோ இல்லை, ஆனால் எல்லா செலவுகளும் ஈடுசெய்யப்பட்டுள்ளன. மாறுகின்ற செலவு, நிலையான செலவு மற்றும் வருவாய் ஆகியவற்றுக்கு இடையிலான உறவைப் படிப்பதில் சமநிலைப் பகுப்பாய்வு பயனுள்ளதாக இருக்கும். பொதுவாக, குறைந்த நிலையான செலவுகளைக் கொண்ட ஒரு நிறுவனம் குறைந்த இடைவெளியைக் கொண்டிருக்கும்.

12.6.1 சமநிலைப் பகுப்பாய்வினால் தொழில்முனைவோர் மேம்பாடு

சம்பந்தப்பட்ட மொத்த செலவுகள் மற்றும் அவர்கள் வசூலிக்கக்கூடிய விலைகளை முழுமையாக புரிந்து கொள்ளாமல் பல தொழில்முனைவோர் ஒரு தயாரிப்பு அல்லது சேவையை சந்தைக்குக் கொண்டுவருவதில் தவறு செய்கிறார்கள். இதன் விளைவாக, அவர்கள் லாபம் ஈட்டுவதற்கு போதுமான தயாரிப்பு அல்லது சேவையை விற்க முடியாது. சிறந்த வணிக முடிவுகளை எடுக்க ஒரு நிறுவனம் பயன்படுத்தக்கூடிய மிக முக்கியமான கருவிகளில் ஒன்று சமநிலைப் பகுப்பாய்வு, இது உங்களுடைய சிந்தனை லாபகரமானதா இல்லையா என்பதை மிகத் துல்லியத்துடன் தீர்மானிக்க உதவுகிறது.

சமநிலைப் பகுப்பாய்வு என்பது உற்பத்தி மேலாண்மை மற்றும் மேலாண்மை கணக்காளர்களால் பரவலாகப் பயன்படுத்தப்படும் ஒரு நுட்பமாகும். இது ‘மாறக்கூடியவை” (உற்பத்தியின் அளவு மாறும்போது மாறக்கூடிய செலவுகள்) மற்றும் ‘நிலையானவை” (உற்பத்தி அளவோடு

நேரடியாக தொடர்புபடுத்தப்படாத செலவுகள்) ஆகியவற்றுக்கு இடையேயான உற்பத்தி செலவுகளை வகைப்படுத்துவதை அடிப்படையாகக் கொண்டது. மொத்த மாறக்கூடிய மற்றும் நிலையான செலவுகள் ஒப்பிடப்படுகின்றன. விற்பனை அளவு, விற்பனை மதிப்பு அல்லது உற்பத்தியை நிர்ணயிப்பதற்கான விற்பனை வருவாய், இது வணிக லாபம் அல்லது இழப்பை ஏற்படுத்தாது ("சமநிலைப் புள்ளி").

12.6.2 சமநிலைப் பகுப்பாய்வின் மூன்று அனுமானங்கள்

சமநிலைப் பகுப்பாய்வு மூன்று முக்கிய அனுமானங்களைப் பொறுத்தது:

1. அலகு ஒன்றுக்கு சராசரி விற்பனை விலை (ஒரு அலகு வருவாய்)

ஒரு அலகு விற்பனைக்கு ஒரு நிறுவனம் பெறும் விலையை குறிக்கும். பகுப்பாய்விற்கு ஒரு எண்ணிக்கை தேவைப்படுகிறது. ஒரு நிறுவனம் அதன் விற்பனை அளவை முன்னரே கண்டறிந்தால், அது ஒரு அலகு வருவாய் எண்ணைக் கொண்டிருக்கும். பெரும்பாலான வணிகங்கள் ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட பொருட்களை விற்கின்றன. மேலும் அவை சமநிலைப் பகுப்பாய்விற்கு சராசரியாக இருக்க வேண்டும்.

2. ஒரு அலகிற்கு சராசரி செலவு

விற்பனையின் ஒவ்வொரு அலகுக்கும் அதிகரிக்கும் செலவு அல்லது மாறக்கூடிய செலவை இது குறிக்கிறது. நிறுவனங்கள் அலகு அடிப்படையிலான விற்பனை முன்னறிவிப்பு அட்டவணையைப் பயன்படுத்தினால் (உற்பத்தி மற்றும் கலப்பு வணிக வகைகளுக்கு), விற்பனை முன்னறிவிப்பு அட்டவணையில் இருந்து அலகு செலவுகளை எவரும் திட்டமிடலாம். சில்லறை, சேவை மற்றும் விநியோக வணிகங்களுக்கான அடிப்படை விற்பனை முன்னறிவிப்பு அட்டவணையை நிறுவனங்கள் பயன்படுத்தினால், ஒரு சதவீத மதிப்பீட்டைப் பயன்படுத்தப்படும், எ.கா., 50 சதவீத மூலதனத்தில் இயங்கும் ஒரு சில்லறை கடையில் ஒரு அலகு செலவு 0.5, மற்றும் ஒரு அலகு வருவாய்

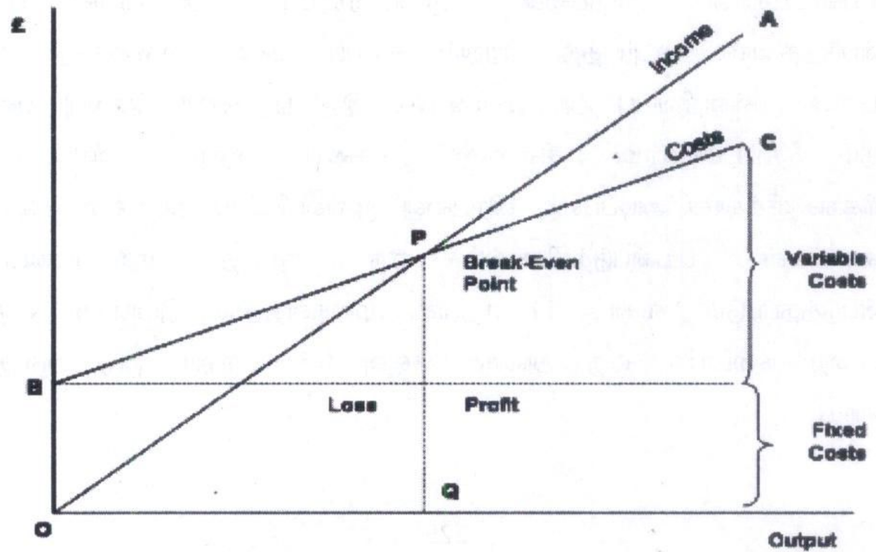
குறிப்பு

3. மாதாந்திர நிலையான செலவுகள்

தொழில்நுட்ப ரீதியாக, ஒரு சமநிலைப் பகுப்பாய்வு நிலையான செலவுகளை ஒரு நிறுவனம் அடைந்தாலும் தொடரும் செலவுகள் உள்ளன என வரையறுக்கிறது. அதற்கு பதிலாக, ஒரு நிறுவனம் அதன் வழக்கமான செய்யும் நிலையான செலவுகளைப் பயன்படுத்தலாம். இதில் ஊதியம் மற்றும் சாதாரண செலவுகள் (மொத்த மாத இயக்க செலவுகள்) அடங்கும். இது நிதி யதார்த்தங்களைப் பற்றிய சிறந்த பார்வையை வழங்கும். சராசரி மற்றும் மதிப்பீடு செய்வது கடினம் என்றால், வேலை செய்யும் நிலையான செலவு மதிப்பீட்டைக் கணக்கிட அதன் லாபம் மற்றும் இழப்பு அட்டவணையைப் பயன்படுத்தவும் - இது ஒரு தோராயமான மதிப்பீடாக இருக்கும். ஆனால் இது பழமைவாத சமநிலைப் பகுப்பாய்விற்கு பயனுள்ள உள்ளீட்டை வழங்கும்.

12.6.3 சமநிலையின் விளக்கப்படம்

சமநிலையின் விளக்கப்படம் என்பது செயல்பாட்டின் அதே மாறுபாட்டுடன் தொடர்புள்ள வருமானத்தின் மாறுபாடு (விற்பனை அல்லது வருவாய்) அதே விளக்கப்படத்தில் காட்டப்பட்டுள்ள பல்வேறு நிலைகளிலுள்ள செலவுகளின் வரைபடப் பிரதிபலிப்பாகும். லாபம் அல்லது இழப்பு எதுவும் ஏற்படாத புள்ளியே ''சமநிலைப் புள்ளி'' என்று அழைக்கப்படுகிறது. மேலும் குறுக்குவெட்டாகச் செல்லும் இரண்டுக் கோடுகளின் மூலம் கீழே உள்ள அட்டவணையில் குறிப்பிடப்படுகிறது.



குறிப்பு

படம் 1

சமநிலைப் புள்ளியின் விளக்கப்படம்

மேலே உள்ள வரைபடத்தில், OA கோடு பல்வேறு வகையான உற்பத்தி நடவடிக்கைகளில் ("உற்பத்தி அளவு") வருமானத்தின் மாறுபாட்டைக் குறிக்கிறது. OB வணிகத்தில் மொத்த நிலையான செலவுகளைக் குறிக்கிறது. வெளியீடு அதிகரிக்கும் போது, மாறக்கூடிய செலவுகள் ஏற்படும். மாறக்கூடிய செலவுகளின் அதிகரிப்பு காரணமாக, மொத்த செலவுகளும் (நிலையான + மாறக்கூடிய) அதிகரிக்கின்றன. குறைந்த அளவிலான உற்பத்தியில், வருமானத்தை விட செலவுகள் அதிகம். கோடு குறுக்காக வெட்டும் இடத்தில், P செலவுகள் வருமானத்திற்கு நிகரான சமம், எனவே லாபமோ இழப்போ ஏற்படாது.

நிலையான செலவுகள் (Fixed Cost)

நிலையான செலவுகள் என்பது உற்பத்தி அல்லது வெளியீட்டின் அளவுகளின் நிலைக்கு நேரடியான தொடர்பில்லாத வணிக செலவுகள் ஆகும். வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், வணிகத்தில் பூஜ்ஜிய உற்பத்தி அல்லது அதிக உற்பத்தி இருந்தாலும், நிலையான செலவுகளின் நிலை அப்படியே இருக்கும். நீண்ட காலமாக நிலையான செலவுகள் மாற்றப்படலாம் - ஒருவேளை உற்பத்தித் திறனில் முதலீடு செய்ததன் விளைவாக (எ.கா. ஒரு புதிய தொழிற்சாலைப் பிரிவைச் சேர்ப்பது) ஒரு பெரிய, சிக்கலான வணிகத்தை ஆதரிக்கத் தேவையான மேல்நிலைகளின் வளர்ச்சியை அடையலாம்.

நிலையான செலவுக்கான எடுத்துக்காட்டு:

- வாடகை மற்றும் கட்டணங்கள்
- தேய்மானம்
- ஆராய்ச்சி மற்றும் மேம்பாடு
- சந்தைப்படுத்தல் செலவு (வருவாய் இல்லாத)
- நிர்வாக செலவு

குறிப்பு

மாறக்கூடிய செலவுகள் (Variable Cost)

மாறுபடும் செலவுகள் என்பது உற்பத்தியில் நேரடியாக மாறுபடும் செலவுகள். மூலப்பொருட்கள், நேரடி உழைப்பு, எரிபொருள் மற்றும் கமிஷன் போன்ற வருவாய் தொடர்பான செலவுகள் போன்ற கட்டண வெளியீடு தொடர்பான உள்ளீடுகளை அவை குறிக்கின்றன.

"நேரடி" மாறக்கூடிய செலவுகள் மற்றும் "மறைமுக" மாறக்கூடிய செலவுகள் இடையே பெரும்பாலும் வேறுபாடு காணப்படுகிறது.

ஒரு குறிப்பிட்ட தயாரிப்பு அல்லது சேவையின் உற்பத்தியில் நேரடியாக ஈடுபடக்கூடிய மற்றும் ஒரு குறிப்பிட்ட செலவு மையத்திற்கு ஒதுக்கக்கூடியவை நேரடியாக மாறக்கூடிய செலவுகள். மூலப்பொருட்களும் ஊதியங்களும் இதற்கு எடுத்துக்காட்டுகள் ஆகும்.

மறைமுக மாறும் செலவுகள் உற்பத்தியில் நேரடியாக ஈடுபட முடியாது, ஆனால் அவை வெளியீட்டில் வேறுபடுகின்றன. தேய்மானம் (வெளியீடு தொடர்பான கணக்கிடப்படும் இடத்தில் - எ.கா. இயந்திர நேரம்), பராமரிப்பு மற்றும் சில தொழிலாளர் செலவுகள் ஆகியவை இதில் அடங்கும்.

சமநிலைப் பகுப்பாய்வு சூத்திரம்

சமநிலைப் பயிற்சி = நிலையான செலவுகள் / (சராசரி விலை - மாறுபடும் செலவுகள்)

12.6.4 சமநிலைப் நிலையை கண்காணிப்பதற்கான வழிகள்

விலை பகுப்பாய்வு: கூப்பன்கள் அல்லது பிற விலைக் குறைப்பு சலுகைகளின் பயன்பாட்டைக் குறைத்தல் அல்லது நீக்குதல், ஏனெனில் இதுபோன்ற விளம்பர உத்திகள் சமநிலைப் புள்ளியை அதிகரிக்கும்.

தொழில்நுட்ப பகுப்பாய்வு: வணிக செயல்திறனை மேம்படுத்தக்கூடிய எந்தவொரு தொழில்நுட்பத்தையும் செயல்படுத்துதல், இதனால் கூடுதல் செலவு இல்லாமல் திறன் அதிகரிக்கும்.

செலவு பகுப்பாய்வு: ஏதேனும் நீக்க முடியுமா என்பதை சரிபார்க்க அனைத்து நிலையான செலவுகளையும் தொடர்ந்து மதிப்பாய்வு செய்வது நிச்சயமாக உதவும். மேலும், அவற்றை மாற்ற முடியுமா என்பதைப்

பார்க்க மாறக்கூடிய செலவுகளின் மொத்தத்தை மதிப்பாய்வு செய்யவும். இந்த பகுப்பாய்வு முதலீட்டை அதிகரிக்கும் மற்றும் சமநிலைப் புள்ளியைக் குறைக்கும்.

குறிப்பு

மூலதனப் பகுப்பாய்வு: அதிக அளவு (அதிக பங்களிப்பை சம்பாதிக்கும்) பொருட்களின் விற்பனையைத் தள்ளி, தயாரிப்பு மூலதனங்களுக்கு அதிக கவனம் செலுத்தும் சமநிலைப் புள்ளியைக் குறைக்கிறது.

வெளியாட்களிடம் பணியை ஒப்படைப்பது: ஒரு செயல்பாடு, ஒரு நிலையான செலவைக் கொண்டிருந்தால், அத்தகைய செயல்பாட்டை வெளியாட்களிடம் பணியை ஒப்படைக்கும் போது (முடிந்த போதெல்லாம்), இது சமநிலைப் புள்ளியைக் குறைக்கிறது.

12.6.5 சமநிலைப் பகுப்பாய்வின் நன்மைகள்

தவறிய செலவுகளை கண்டறிதல்: புதிய வணிகத்திற்கான சில செலவுகளை மறந்துவிடலாம். ஒரு நிறுவனம் ஒரு சமநிலைப் பகுப்பாய்வைப் பயன்படுத்தினால், சமநிலைப் புள்ளியைக் கண்டுபிடிக்க அதன் அனைத்து நிதி கடமைகளையும் மதிப்பாய்வு செய்ய வேண்டும். இந்த பகுப்பாய்வு நிச்சயமாக முன்னேற்ற எதிர்பாராத அல்லது ஆச்சரியமான நிகழ்வுகளின் எண்ணிக்கையை கட்டுப்படுத்துகிறது.

வருவாய் இலக்குகளை அமைக்கவும்: சமநிலைப் பகுப்பாய்வு முடிந்ததும், ஒரு நிறுவனம் அதன் விற்பனையை இலாபகரமானதாக மாற்றிக் கொள்ளும். விற்பனை குழு அதிக உறுதியான விற்பனை இலக்குகளை நிர்ணயிக்க இது உதவும்.

சிறந்த முடிவுகளை எடுங்கள்: தொழில்முனைவோர் பெரும்பாலும் உணர்ச்சியின் அடிப்படையில் தங்கள் வணிகம் தொடர்பான முடிவுகளை எடுப்பார்கள். ஒரு வெற்றிகரமான தொழில்முனைவோராக இருக்க, அவரது முடிவுகள் உண்மைகளின் அடிப்படையில் இருக்க வேண்டும்.

வணிகத்திற்கான நிதி: எந்தவொரு வணிகத் திட்டத்திலும் இந்த பகுப்பாய்வு ஒரு முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது. ஒரு தொழில்முனைவோர் தனது வணிகத்திற்கு வெளி நபர்கள் நிதியளிக்க விரும்பினால் அது பொதுவான ஒரு தேவையாகும். தனது வணிகத்திற்கு நிதியளிக்க, அவர்

குறிப்பு

தனது திட்டம் சாத்தியமானது என்பதை நிரூபிக்க வேண்டும். மேலும், பகுப்பாய்வு நன்றாகத் தெரிந்தால் தான் அவர் பல்வேறு வகையான நிதியுதவிகளின் சுமையை எதிர்கொள்ள வசதியாக இருப்பார்.

சிறந்த விலை நிர்ணயம்: சமநிலைப் புள்ளியைக் கண்டுபிடிப்பது தயாரிப்புகளை சிறப்பாக விலை நிர்ணயம் செய்ய உதவும். தற்போதுள்ள விலையை அதிகரிக்காமல் அதிகபட்ச லாபத்தை பெறக்கூடிய ஒரு பொருளின் சிறந்த விலையை வழங்க இந்த கருவி மிகவும் பயன்படுத்தப்படுகிறது.

நிலையான செலவுகளை செய்தல்: சமநிலைப் பகுப்பாய்வு செய்வது அனைத்து நிலையான செலவுகளையும் ஈடுகட்ட உதவுகிறது.

12.6.6 சமநிலைப் பகுப்பாய்வை உருவாக்குவதற்கான ஐந்து படிகள்

சமநிலையைத் தீர்மானிக்க ஐந்து படி நிலைகள் உள்ளன:

1. **மாறக்கூடிய அலகுகளின் செலவுகளைத் தீர்மானித்தல்**: இந்த உற்பத்தியின் ஒரு அலகு உற்பத்தி செய்வதற்கான மாறும் செலவுகளைத் தீர்மானிப்பது ஆகும். மாறுபடும் செலவுகள் என்பது உற்பத்தியை செய்வது அல்லது மொத்தமாக வாங்குவது தொடர்பான செலவுகள். ஒரு நிறுவனம் ஒரு தயாரிப்பை உருவாக்கினால், அந்த தயாரிப்புக்குச் செல்லும் அனைத்து கூறுகளின் விலையையும் அது அறிந்து கொள்ள வேண்டும். எடுத்துக்காட்டாக, நீங்கள் புத்தகங்களை அச்சிடுகிறீர்கள் என்றால், மாறும் செலவுகள் ஒரு புத்தகத்திற்கான காகிதம், பிணைப்பு மற்றும் பசை மற்றும் ஒரு புத்தகத்தை ஒன்றாக இணைப்பதற்கான செலவுகளை குறிக்கும்.

2. **நிலையான செலவுகளைத் தீர்மானித்தல்**: ஒரு நிறுவனம் எந்தவொரு பொருட்களை உற்பத்தி செய்யாவிட்டாலும், நிலையான வணிக செயல்பாடுகளுக்காக செய்யும் செலவுகளை குறிக்கிறது. நிலையான செலவுகளைத் தீர்மானிக்க, ஒரு தொழிற்சாலையை நடத்துவதற்கான செலவை ஒரு மாதத்திற்குச் சேர்க்க வேண்டும். இந்த செலவுகளில் வாடகை அல்லது அடமானம், பயன்பாடுகள், காப்பீடு, உற்பத்தி சாராத ஊழியர்களின் சம்பளம் மற்றும் பிற செலவுகள் ஆகியவை அடங்கும்.

3. **விற்பனைப் பிரிவில் விலையை தீர்மானித்தல்**: ஒரு தயாரிப்புக்கான விற்பனைப் பிரிவில் விலையை தீர்மானித்தலை குறிக்கிறது. சமநிலைப் புள்ளியின் படி இந்த விலை மாறக்கூடும்.

குறிப்பு

4. **விற்பனை அளவு மற்றும் அலகுக் கொண்டு விலையைத் தீர்மானித்தல்**: உற்பத்தி செய்த பொருளின் விற்பனை அளவு மற்றும் அலகு விலை மாறும்போது சமநிலைப் புள்ளியும் மாறும்.

5. **ஒரு விரிதாளை (M.S.Excel-யினை) உருவாக்குதல்**: சமநிலைப் புள்ளியை கணக்கிட, தொழில்முனைவோர் ஒரு கணிப்பொறியின் பயன்பாட்டு மென்பொருளான விரிதாளை உருவாக்கி பயன்படுத்துவார்கள். பின்னர் M.S.Excel-யின் மூலம் விரிதாளை வரைபடமாக மாற்றுவார்கள். விரிதாள் ஒவ்வொரு விற்பனை நிலையையும் பொருளின் விலையையும் பதிவு செய்ய பயன்படுகிறது. மேலும் இந்த விலைகள் மற்றும் விற்பனை தொகுதிகள் ஒவ்வொன்றிற்கும் கூட பிரிவுகளைக் காட்டும் வரைபடத்தை உருவாக்க இந்த விரிதாள் பயன்படுகிறது.

12.7 இலாப பகுப்பாய்வு

இலாபத்தன்மை பகுப்பாய்வு என்பது நிறுவன வள திட்டமிடல் (ERP)-ன் ஒரு அங்கமாகும். இது ஒரு திட்டத்தின் இலாபத்தை முன்னறிவிக்க அல்லது ஏற்கனவே உள்ள திட்டத்தின் லாபத்தை மேம்படுத்த நிர்வாகிகள் செயல்பட உதவுகிறது. வாடிக்கையாளர் வயதுக் குழுக்கள், புவியியல் பகுதிகள் அல்லது தயாரிப்பு வகைகள் போன்ற சந்தையின் அம்சங்களுக்கு குறிப்பிட்ட விற்பனை மற்றும் லாப திறன், இலாபத்தன்மைக்கான பகுப்பாய்வை கணிக்க உதவுகிறது.

இலக்கணம் :

ஒரு வணிகத்தின் செயல்திறன் காரணமாக-தான் சம்பாதித்த லாபத்தின் அளவை அளவிடுவதற்கு பயன்படுகிறது. இலாபத்தன்மை பகுப்பாய்வு அடிப்படையில் சந்தைப் பிரிவுகளின் மதிப்பீட்டை உள்ளடக்கியது ஆகும். ஒரு நிறுவனத்தில் இலாபங்களை மதிப்பிடுவதற்கும் மேம்படுத்துவதற்கும் கிடைக்கக்கூடிய தகவல்களை

குறிப்பு

பகுப்பாய்வு செய்ய இலாபத்தன்மை பகுப்பாய்வு முக்கியமாக உதவுகிறது. ஒரு நிறுவனத்திற்கான விற்பனை, சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் தயாரிப்பு மேலாண்மை ஆகிய துறைகளில் முடிவெடுப்பதற்கும், கணக்கீடு செய்வதற்கும் இவை உதவுகின்றன.

சந்தைப் பகுதி தயாரிப்புகள், விற்பனை ஆணைகள் அல்லது பெறுநர்கள் (வாடிக்கையாளர்கள்) அல்லது இவற்றில் ஏதேனும் ஒன்றாகும்.

செலவு அடிப்படையிலான இலாபத்தன்மை பகுப்பாய்வு என்பது இலாப பகுப்பாய்வின் வடிவமாகும், இது கிடைக்கக்கூடிய மதிப்புகள் மற்றும் செலவு அடிப்படையிலான மதிப்பீட்டு அணுகுமுறைகளுக்கு ஏற்ப செலவுகள் மற்றும் வருவாய்களின் குழுக்கள் பகுப்பாய்விற்கு பின்பற்றப்படுகின்றன. இந்த முறை அடிப்படையில் கொடுக்கப்பட்ட பொருட்களுக்கான செலவுகளுக்கு எதிராக வருவாயைத் திட்டமிடுகிறது. எனவே இந்த அடிப்படையில் அவர்களுடைய மதிப்புகளின் லாபத்தை பகுப்பாய்வு செய்ய குறுகிய கால இலாப அறிக்கையை அளிக்கிறது.

கணக்கு அடிப்படையிலான இலாப பகுப்பாய்வு என்பது ஒரு வகை இலாபத்தன்மை பகுப்பாய்வாகும், இதில் கணக்கு அடிப்படையிலான மதிப்பீட்டு அணுகுமுறை பின்பற்றப்படுகிறது. இந்த கணக்கியல் முறை ஒரு குறிப்பிட்ட காலப்பகுதியில் செய்யப்பட்ட செலவுகளுக்கு எதிரான வருவாயைத் திட்டமிடுகிறது. இந்த செயல்பாட்டில், பங்கு மதிப்புகள், பொருட்கள், நடந்துகொண்டிருக்கும் வேலை மற்றும் மூலதன நடவடிக்கைகள் ஆகியவற்றின் மாற்றங்கள் கொடுக்கப்பட்ட காலத்திற்கு கருத்தில் கொள்ளப்படுகின்றன. எனவே, இது ஒரு நீண்ட கால இலாப அறிக்கையை அளிக்கிறது, இது நிதிக் கணக்கியலுடன் பயன்படுத்தப்படலாம். இலாபத்தின் கூறுகளின் பரந்த பகுப்பாய்வில் ஈடுபடும் செலவு மற்றும் வருவாய் கூறுகள். கணக்கியல் முறைகளில் விற்பனை செலவு மற்றும் காலம் ஆகியவை கணக்கியல் முறையில் அடங்கும்.

இலாபத்தன்மை பகுப்பாய்வு முக்கியமாக மூன்று அளவுகோல்களில் கவனம் செலுத்துகிறது:

(i) வாடிக்கையாளர் லாப பகுப்பாய்வு (CPA)

(ii) வாடிக்கையாளர் தயாரிப்பு இலாப பகுப்பாய்வு

(iii) நிறுவனத்தின் லாபத்தை அதிகரித்தல்

(iv) TQM-ஐ செயல்படுத்துதல்

குறிப்பு

1. வாடிக்கையாளர் இலாப பகுப்பாய்வு

வாடிக்கையாளர் இலாப பகுப்பாய்வு என்பது நிறுவனத்தின் செயல்பாட்டு அடிப்படையிலான செலவினங்களை அடிப்படையாகக் கொண்டது மற்றும் வாடிக்கையாளர்களிடமிருந்து வரும் வருவாயைக் கணக்கிட உதவுகிறது. அதே நேரத்தில் அதிலிருந்து அனைத்து செலவுகளையும் நீக்குகிறது. இதன் மூலம் ஒரு வாடிக்கையாளருக்கு உண்மையான லாபத்தை கணக்கிடுகிறது.

2. வாடிக்கையாளர் தயாரிப்பு இலாப பகுப்பாய்வு

HUL மற்றும் P&G போன்ற நிறுவனங்கள் பல்வேறு வகையான தயாரிப்பு இலாகாக்களைக் கொண்டுள்ளன. இதைக் கணக்கிட, இலாப பகுப்பாய்வு பயன்படுத்தப்படலாம். இந்த அளவுகோல் வாடிக்கையாளருக்கான இலாபத்தையும் உற்பத்தியின் இலாபகரத்தையும் கணிக்க உதவுகிறது.

3. நிறுவனத்தின் இலாபத்தை அதிகரித்தல்

நிறுவனங்கள் அதிக மதிப்புள்ள தயாரிப்புகளை உற்பத்தி செய்யத் தேவையில்லை. ஆனால் சந்தையில் போட்டியிடும் தயாரிப்புகளாக இருக்க வேண்டும். மைக்கேல் போர்ட்டரின் கூற்றுப்படி - செலவுத் தலைமை என்பது ஒரு நிறுவனத்திற்கு கிடைக்கக்கூடிய முன்னணி நிலையான போட்டி நன்மைகளில் ஒன்றாகும். இதனால் ஒரு நிறுவனம் அதன் செலவை கவனித்துக் கொள்ள வேண்டும். அப்போதுதான் லாபத்தை ஈட்ட முடியும். வாடிக்கையாளர் நன்மைகளை வளர்ப்பது ஒட்டுமொத்த நிறுவனத்தின் லாபத்தை அதிகரிக்கும்.

4. மொத்த தர மேலாண்மை (TQM)

நிறுவனத்தின் இலாபத்தன்மை என்பது அதன் தயாரிப்புகள் மற்றும் செயல்முறைகளை தொடர்ந்து மேம்படுத்துவதற்கான திறனைப்

குறிப்பு

பொறுத்தது. TQM அனைவரையும் உள்ளடக்கியது மற்றும் உயர் நிர்வாகம், தொழிலாளர்கள், சப்ளையர்கள் மற்றும் வாடிக்கையாளர்களின் ஈடுபாட்டுடன், நிறுவனத்தின் ஒட்டுமொத்த உற்பத்தியை அதிகரிக்க முடியும், இதனால் நிறுவனம் எப்போதும் வாடிக்கையாளர்களின் எதிர்பார்ப்புகளை பூர்த்தி செய்யும், இதன் மூலம் அவர்களை முழுமையாக திருப்திப்படுத்துகிறது. எனவே நிறுவனத்தின் ஒட்டுமொத்த லாபம் அதிகரிக்கும்.

இதனால் நிறுவனம் லாபகரமான பகுதிகளைக் கண்டறிய இலாபத்தன்மை பகுப்பாய்வு வழிவகுக்கிறது. இது எங்கு செலவைக் குறைக்க முடியும், எங்கு மதிப்பை அதிகரிக்க முடியும் என்பதை தீர்மானிப்பதற்கு நிறுவனத்திற்கு தேவையான தர மேலாண்மையை நடைமுறைப்படுத்த உதவுகிறது.

12.8 இலாப விகிதங்கள்

சிறு வணிக உரிமையாளர்கள் லாப விகிதங்களைப் பயன்படுத்தலாம். அவை பின்வருவனவற்றை தவறாமல் கண்காணிக்கின்றன.

- மொத்த லாப அளவு விகிதம்.
- இயக்க லாப அளவு விகிதம்.
- நிகர லாப அளவு விகிதம்.

பிற பொதுவான அளவு விகிதங்கள்.

மொத்த லாபம், இயக்க லாபம் மற்றும் நிகர லாபம் போன்ற மூன்று அளவீடுகள் உள்ளன.

மொத்த லாபம் = நிகர விற்பனை – (கழித்தல்) விற்கப்பட்ட பொருட்களின் விலை.

இயக்க லாபம் = மொத்த லாபம் கழித்தல் விற்பனை மற்றும் நிர்வாக செலவுகள் (நிர்வாக செலவுகள் = சம்பளம், ஊதிய வரி, சலுகைகள், வாடகை, பயன்பாடுகள், அலுவலக பொருட்கள், காப்பீடு, தேய்மானம் போன்றவை) இயக்க லாபத்தில் வருமான வரிகளைத் தவிர அனைத்து செலவுகளும் அடங்கும்.

நிகர லாபம் = இயக்க லாபம் (பிற வருமானத்தைக் கூட்டவும்) கூடுதல் செலவுகளைக் கழித்தல் மற்றும் வரிகளைக் கழித்தல்.

குறிப்பு

12.9 சமூக செலவு

இலக்கணம் : சமூக செலவு என்பது நிறுவனத்தின் வேலை தொடர்பான செலவு ஆகும். ஆனால் அது வெளிப்படையாக நிறுவனத்தால் ஏற்கப்படுவதில்லை. ஒரு பொருளின் உற்பத்தி காரணமாக சமூகத்திற்கு ஏற்படும் செலவு இது. ஒட்டுமொத்த சமூகத்தின் மீது வணிகத்தின் செயல்பாடுகளின் ஒட்டுமொத்த தாக்கத்தின் **சமூக செலவு-பயன்** ஆகியவற்றின் பகுப்பாய்வைக் கொண்டு சமூக செலவு பயன்படுத்தப்படுகிறது.

சமூக செலவு என்பது தனியார் செலவு மற்றும் வெளிப்புற செலவு இரண்டையும் உள்ளடக்கியது. வெளிப்புற செலவுகள் என்பது பொருட்களின் உற்பத்தி மற்றும் நுகர்வுடன் நேரடியாக தொடர்புடையது. ஆனால் தயாரிப்பாளரால் நேரடியாக செலுத்தப்படுவதில்லை. இவை சமுதாயத்தால் மேற்கொள்ளப்படும் செலவுகள் என்பதால் சமூக செலவு என்றும் அழைக்கப்படுகிறது. வழக்கமாக, நகரத்திற்குள் அமைந்துள்ள தொழிற்சாலைகள் மற்றும் ஆலைகள் போன்றவை காற்று மற்றும் நீர் இரண்டையும் மாசுபடுத்துகின்றன. உதாரணமாக, மதுரா எண்ணெய் சுத்திகரிப்பு ஆலை அதன் கழிவுகளை யமுனா நதியில் வெளியேற்றுவது தண்ணீரை மாசுபடுத்துகிறது. இதனால் நீர் மாசுபடுகிறது.அவ்வாறான சமூக செலவுகள் பின்வருமாறு:

நிறுவனங்கள் செலுத்த வேண்டிய இயற்கை வளங்களின் விலை, எடுத்துக்காட்டாக, நதி, ஏரி, வளிமண்டலம் போன்றவை.

சாலைவழி, வடிகால் அமைப்புகள் போன்ற பொது பயன்பாட்டு சேவைகளின் பயன்பாடு.

மாசுபாடு (காற்று, நீர், சத்தம், சூழல்) மூலம் உருவாக்கப்பட்ட 'செயலற்ற தன்மை' செலவு.

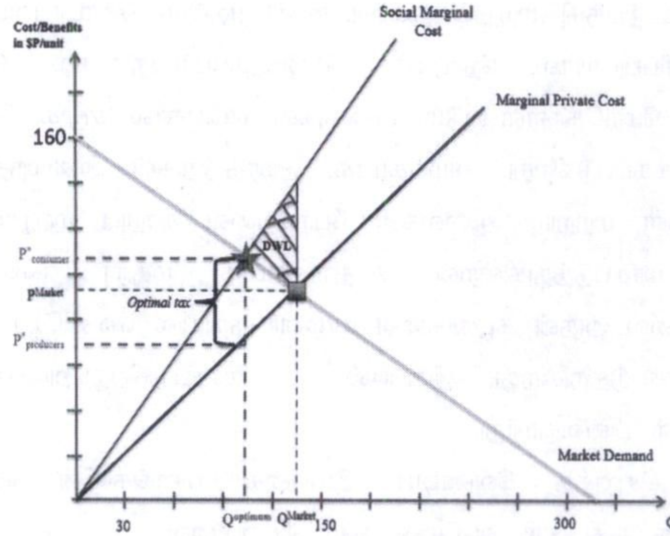
மாசுபாட்டின் மூலம் உருவாக்கப்படும் செயலற்ற தன்மை, உற்பத்திச் செயலால் உருவாக்கப்பட்ட சுகாதாரக் கேடுகள் மற்றும் சமூக

பதட்டங்களிலிருந்து பொதுமக்களைப் பாதுகாக்க நிறுவனம் மேற்கொண்ட மொத்த தனியார் மற்றும் பொதுச் செலவுகளுக்கு சமம் என்று கருதப்படுகிறது.

குறிப்பு

இந்த எடுத்துக்காட்டை ஒரு வரைபடத்தின் உதவியுடன் சிறப்பாக விளக்க முடியும். ஒரு இலவச சந்தையில் இலாபத்தை அதிகரிக்கும் நிறுவனங்கள் Q சந்தையில் வெளியீட்டை அமைக்கும். அங்கு இறுதிநிலை தனியார் செலவுகள் (MPC) இறுதிநிலை நன்மைக்கு (MB) சமமாக இருக்கும். உள்ளுணர்வாக, இது தனியார் விற்பனை வளைவு (P) ஆகும்

சமூக செலவு (SC) மற்றும் நுகர்வோர் தேவை வளைவு (CDC) ஆகியவை வெட்டும் புள்ளியாகும். அதாவது நுகர்வோர் தேவை உறுதியான விநியோகத்தை பூர்த்தி செய்கிறது. இது P என்ற விலையில் போட்டி நிறுவனம் சமநிலையில் உள்ளது.



எதிர்மறையான உற்பத்தி வெளியீட்டில், தனியார் இறுதிநிலை செலவு அதிகரிக்கிறது. அதாவது இறுதிநிலை சமூக வளை கோட்டை அடைவதற்காக ஓரளவு சேதங்களை ஏற்றுக்கொண்டு இடதுபுறமாக மேல்நோக்கி மாற்றப்படுகிறது. புதிய அளிப்பு கோடும் (சமுதாயத்திற்கு ஓரளவு சேதங்கள் உட்பட) மற்றும் நுகர்வோர் தேவையும்

குறிப்பு

ஒன்றிணைக்கும் இடத்தில் தான், சமூக ரீதியாக உத்தம உற்பத்தி அளவு Q, மற்றும் உத்தம விலையை குறிக்கிறது. நுகர்வோர் மற்றும் உற்பத்தியாளர் ஆகிய இருவரும் ஏற்றுக்கொண்ட விலை p என்ற புள்ளியில் நிர்ணயிக்கப்படுகிறது.

அதிக நேர்மறையான சமூக செலவுகள், ஓரளவு சேதங்களின் வடிவத்தில், அதிக உற்பத்திக்கு வழிவகுக்கும். வரைபடத்தில், Q என்பது சந்தையில் உத்தம உற்பத்தி குறிக்கிறது. வெளியீடுகளை எதிர்கொள்வதற்கான பொதுத்துறை தீர்வுகளில் ஒன்று சரியான வரி நிர்ணயம் ஆகும். புதிய-தொன்மையான பொருளாதார அறிஞரான AC பிகுவின் கூற்றுப்படி, இந்த சந்தை தோல்வியை (அல்லது வெளியீட்டை - externality) சரிசெய்ய அரசாங்கம் ஒரு அலகு சேதங்களுக்கு சமமான வரியை விதிக்க வேண்டும். இது நிறுவனத்தின் தனியார் இறுதிநிலை திறம்பட அதிகரிக்கும், இதனை SMC = PMC என குறிப்பிட்டலாம்.

ஒரு மாற்று சூழ்நிலையில், உற்பத்தியின் சமூக செலவுகள் உற்பத்தியின் ஓரளவு தனியார் செலவுகளை விட குறைவாக இருக்கும்போது நேர்மறையான (அதிக) உற்பத்தி ஏற்படுகிறது. எடுத்துக்காட்டாக, ஆராய்ச்சி மற்றும் வளர்ச்சியின் சமூக நன்மை என்பது நிறுவனம் ஈட்டிய இலாபங்களுக்கு மட்டுமல்ல, சிறந்த வாழ்க்கைத் தரம், குறைந்த சுகாதார செலவுகள் போன்றவற்றின் மூலம் சமூகத்தின் ஆரோக்கியத்தை மேம்படுத்தவும் உதவுகிறது. இந்த விஷயத்தில், ஓரளவு சமூக செலவு கோடு கீழ்நோக்கி மாறும் மற்றும் குறைந்த உற்பத்தி இருக்கும். இதில், அரசாங்கத்தின் தலையீடு நிறுவனத்தின் தனியார் இறுதிநிலை செலவைக் குறைப்பதற்காக பிகுவியன் மானியத்தை பரிந்துரை செய்கிறது. இதனால் MPC = SMC. என குறிப்பிடப்படுகிறது.

12.9.1 வணிகத்திற்கான சமூக செலவு நன்மை பகுப்பாய்வின் முக்கியத்துவம் (Importance of Social Cost Benefit Analysis to Business)

சமூக செலவு நன்மையின் பகுப்பாய்வு என்பதை பொருளாதார பகுப்பாய்வு என்றும் அழைக்கலாம். இது ஒரு முடிவெடுக்கும் உத்தி

குறிப்பு

ஆகும். இது முதலீட்டு வணிக திட்டங்களின் தாக்கத்தை சமூகத்தில் முழுமையாக மதிப்பிட உதவுகிறது. அபிவிருத்தி திட்டங்களின் தாக்கம் சமூகத்தில் சிந்திக்க இது ஒரு ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட மற்றும் ஒத்திசைவான முறையாகும். சமூக செலவு நன்மைகளை பகுப்பாய்வு செய்வதன் நோக்கமானது, மாசுபாடு, ரியல் எஸ்டேட், சட்ட வாய்ப்புகள், சுகாதாரம், சுற்றுச்சூழல் போன்ற சமூக கூறுகளில் வளர்ச்சித் திட்டத்தின் பன்முகத்தன்மையை கண்டறிவதற்கு பயன்படுகிறது. பகுப்பாய்வின் விளைவாக, திட்டத்தின் சமூக நல தாக்கம் பற்றி திட்ட முடிவெடுப்பவர் துல்லியமாக கண்டறிய முடியும்.

சமூக செலவு-பயன் பகுப்பாய்வின் தாக்கம் நேர்மறை அல்லது எதிர்மறையாக இருக்கலாம். நேர்மறையான தாக்கம் என்பது சமூக நன்மை என அழைக்கப்படுகிறது. எதிர்மறை தாக்கம் என்பது சமூக செலவு என்று அழைக்கப்படுகிறது. SCBA என்பது CBA-லிருந்து வேறுபட்டது.

- Social Cost Benefit Analysis (SCBA): சமூக செலவு-பயன் பகுப்பாய்வு
- Cost Benefit Analysis (CBA): செலவு நன்மை பகுப்பாய்வு

சமூக செலவு-பயன் பகுப்பாய்வின் நன்மைகள்
(Benefits of the Social Cost -Benefit analysis)

சமூக நலனுக்கான மேம்பாட்டு திட்டத்தின் நன்மையை அதிகரிக்கக்கூடிய வழிமுறைகளை அடையாளம் காண சமூக செலவு-பயன் பகுப்பாய்வு (SCBA) உதவுகிறது

இது முதலீட்டாளர்களுக்கு பல்வேறு திட்ட மாற்றுகளை ஒத்திசைவாக வேறுபடுத்துகிறது

செலவு நன்மை பகுப்பாய்வு (SCB) என்பது ஒரு வணிக வளங்களுக்கு முன்னுரிமை அளிப்பதன் மூலம் அதிகபட்ச லாபத்தை அடைய முடியும்

முன் கூட்டியே பகுப்பாய்வு செய்வதன் மூலம் வெவ்வேறு திட்டங்களுக்கான முடிவெடுக்கும் திறனை நிறுவனம் பெறுகிறது. மற்றும் சமூக விமர்சனங்களை மாற்றம் செய்வதற்கான வாய்ப்பையும் வழங்குகிறது

சமூக தேவைகளை கருத்தில் கொண்டு அபிவிருத்தி திட்டத்தின் நோக்கத்தை சமூக செலவு-பயன் பகுப்பாய்வு (SCBA) மதிப்பிடுகிறது

குறிப்பு

சமூக செலவு-பயன் பகுப்பாய்வின் குறைபாடுகள்

வணிக மேலாளர்கள் நிதி ஆதாயத்திற்கும் சமூக நலனுக்கும் இடையில் சமநிலையை ஏற்படுத்துவது பெரும்பாலும் சவாலானது

சமூக நன்மைகளின் முக்கியத்துவத்தை மிகைப்படுத்துவதாக இருக்கிறது

சமூக நலன்களை நாணய அலகுகளாக மாற்றுவது என்பது சமூக செலவு-பயன் பகுப்பாய்வு (SCBA)-வின் ஒரு சிக்கலான பகுதியாகும்.

12.9.2 சமூக செலவு-பயன் பகுப்பாய்வின் முடிவுகள் (ழுரசவஉழஅநள ழக ளுழஉயைட ஊழளவ-டீநநகவை யயெடலளளை)

சமூக செலவு-பயன் பகுப்பாய்வு செய்வதன் விளைவாக, திட்டத்தை செயல்படுத்தினால், கணக்கிடப்பட்ட அபாயங்களின் அடிப்படையில் கொள்கை முடிவுகளை எடுக்க வணிக மேலாளர்களுக்கு இது உதவும். இந்த ஆய்வு செலவு மற்றும் நன்மை விநியோகத்திற்கு இடையில் ஒரு தெளிவான படத்தை அளிக்கிறது. மேலாளர்கள் தகவலறிந்த முடிவை எடுக்க அனுமதிக்கிறது. (SCB) செலவு நன்மை பகுப்பாய்வின் முடிவில், இந்த திட்டம் சமூகத்தின் வேலை வாய்ப்புகள் மற்றும் வாழ்க்கைத் தரத்தை எவ்வாறு பாதிக்கும் என்பதை முடிவு செய்யலாம். பகுப்பாய்வு செய்யப்பட்ட திட்டத்தின் சமூக தாக்கத்திற்குப் பிறகு திட்டத்துடன் தொடர்புடைய வெளியீடுகளை (திட்டத்தின் தீங்கு விளைவிக்கும் அல்லது நன்மை பயக்கும் தாக்கம்) மதிப்பிட முடியும். இந்த பகுப்பாய்வின் சீரான வளைகோடு என்பது நாட்டின் பொருளாதாரத்தை மேலும் மேம்படுத்துவதை குறிக்கிறது. ஒரு சில நபர்களுக்கு மட்டுமல்லாமல், முழு சமூகத்திற்கும் பயனளிக்கும் திட்டங்களை எடுக்க அரசாங்கத்திற்கு உதவுகிறது.

12.10 செலவு-பயன் பாட்டு பகுப்பாய்வு (Cost Benefit Analysis)

குறிப்பு

செலவு-பயன்பாட்டு பகுப்பாய்வு என்பது முடிவுகளை ஆராய்ச்சி செய்ய வணிகங்களின் செயல்முறையாக இருக்கிறது. வணிகம் ஒரு சூழ்நிலை அல்லது செயலின் நன்மைகளைத் தொகுத்து, பின்னர் அந்த நடவடிக்கையை எடுப்பதற்கான செலவுகளைக் கழிக்கிறது. சில ஆலோசகர்கள் அல்லது ஆய்வாளர்கள் ஒரு குறிப்பிட்ட நகரத்தில் வாழ்வதோடு தொடர்புடைய நன்மைகள் மற்றும் செலவுகள் போன்ற அரிதான பொருட்களுக்கு பணத்தின் (**Dollar**) மதிப்பை ஒதுக்க மாதிரிகளை உருவாக்குகிறார்கள்.

செலவு-பயன் பகுப்பாய்வைப் புரிந்துகொள்வது

ஒரு புதிய ஆலையை உருவாக்குவதற்கு முன் அல்லது ஒரு புதிய திட்டத்தை செயல்படுத்துவதற்கு முன், மேலாளர்கள் ஒரு திட்டத்திலிருந்து ஒரு நிறுவனம் உருவாக்கக்கூடிய அனைத்து சாத்தியமான செலவுகள் மற்றும் வருவாய்களை மதிப்பீடு செய்ய செலவு-பயன் பாட்டு பகுப்பாய்வு முறையை பயன்படுத்துகின்றனர். பகுப்பாய்வின் இறுதியில் உருவாக்கப்பட்ட திட்டம், நிதி ரீதியாக சாத்தியமானதா அல்லது நிறுவனம் மற்றொரு திட்டத்தைத் தொடர வேண்டுமா என்பதை தீர்மானிக்கும். வாய்ப்பு வழி செலவு என்பது தீர்மானிக்கப்பட்ட திட்டத்திற்காக மற்றொரு வாய்ப்பை தியாகம் செய்தல் அல்லது தவறவிட்ட வாய்ப்பை குறிக்கும். வாய்ப்பு செலவுகளில் காரணியானது திட்ட மேலாளர்களுக்கு மாற்று நடவடிக்கைகளின் நன்மைகளை நிர்மாணிக்க அனுமதிக்கிறது. அனைத்து விருப்பங்களையும், தவறவிட்ட வாய்ப்புகளையும் கருத்தில் கொள்வதன் மூலம், செலவு-பயன் பாட்டு பகுப்பாய்வு மிகவும் முழுமையானது மற்றும் சிறந்த முடிவெடுப்பதற்கு உதவியாக உள்ளது.

செலவு-பயன் பாட்டு பகுப்பாய்வு செயல்முறை

செலவு அல்லது பயன் பாட்டு பகுப்பாய்வு (CBA) திட்டம் அல்லது முடிவோடு தொடர்புடைய அனைத்து செலவுகள் மற்றும் நன்மைகளின் விரிவான பட்டியலைத் தொகுப்பதன் மூலம் தொடங்க வேண்டும்.

குறிப்பு

CBA சம்பந்தப்பட்ட செலவுகள் பின்வருவனவற்றை உள்ளடக்கி யிருக்கலாம்:

நேரடி செலவுகள் என்பது நேரடியாக உழைப்பாளர் ஈடுபடும் உற்பத்தி, சரக்கு, மூலப்பொருட்கள், உற்பத்தி செலவுகள் ஆகியவற்றில் அடங்கும்.

மறைமுக செலவுகள் என்பது மின்சாரம், நிர்வாகத்திலிருந்து செய்யப்படும் மேல்நிலை செலவுகள், வாடகை, பயன்பாடுகள் ஆகியவை அடங்கும்.

ஒரு புதிய வணிக செயலாக்கம், திட்டம் அல்லது ஒரு உற்பத்தி ஆலையை நிர்மாணிப்பதன் வாடிக்கையாளர் தாக்கம், உற்பத்தியின் விநியோக தாமதங்கள், பணியாளர் தாக்கம் போன்ற தெளிவற்ற செலவுகள்.

வாய்ப்பு வழி செலவு என்பது மாற்று முதலீடுகள் அல்லது ஒரு ஆலையை உருவாக்குவதற்கு செய்யும் செலவு அல்லது ஒரு ஆலை வாங்குவது போன்றவை ஆகும்.

சிக்கலை எதிர்கொள்வதற்கு ஆகும் செலவு என்பது போட்டி மற்றும் சுற்றுச்சூழல் பாதிப்புகளுக்கு செய்யும் செலவு, ஒழுங்குமுறை-படுத்துவதில் ஏற்படும் சிக்கலுக்கு செய்யும் செலவுகளை குறிக்கும் .

பகுப்பாய்வின் நன்மைகள்

அதிகரித்த உற்பத்தி அல்லது புதிய தயாரிப்பிலிருந்து வருவாய் மற்றும் விற்பனை அதிகரிக்கும்.

மேம்பட்ட பணியாளர் பாதுகாப்பு மற்றும் மன உறுதியை அதிகரித்தல் அத்துடன் தரமான உற்பத்தி அதிகரிப்பு அல்லது விரைவான விநியோகத்தின் காரணமாக வாடிக்கையாளர் திருப்தி.

போட்டியினால் ஏற்படுகின்ற நன்மை அல்லது சந்தை பங்கு போன்றவை பகுப்பாய்வினால் கிடைக்கின்ற நன்மைகள் ஆகும்.

ஒரு ஆய்வாளர் அல்லது திட்ட மேலாளர் செலவு-பயன் பட்டியலில் உள்ள அனைத்து பொருட்களுக்கும் பண அளவீட்டைப் பயன்படுத்த வேண்டும். செலவுகளை குறைத்து மதிப்பிடவோ அல்லது நன்மைகளை மிகைப்படுத்தவோ கூடாது என்பதில் சிறப்பு கவனம்

செலுத்த வேண்டும். மதிப்பீடுகளை கணக்கிடும்போது எந்தவொரு அகநிலை போக்குகளையும் தவிர் ப்பதற்கான ஒரு உண்மையான முயற்சியைக் கொண்ட ஒரு பழமைவாத அணுகுமுறை, செலவு-பயன் பாட்டு பகுப்பாய்விற்கான செலவுகள் மற்றும் நன்மைகள் இரண்டிற்கும் ஒரு மதிப்பை ஒதுக்கும்போது மிகவும் பொருத்தமானதாக இருக்கும்.

இறுதியாக, மொத்த செலவுகள் மற்றும் நன்மைகளின் முடிவுகளை அளவோடு ஒப்பிட வேண்டும். நன்மைகள் செலவினங்களை விட அதிகமாக இருக்கிறதா என்பதை தீர்மானிப்பதற்கு திட்டத்துடன் முன்னேறுவதே பகுத்தறிவு முடிவு ஆகும். இல்லையெனில், திட்டத்தை சாத்தியமாக்குவதற்கு நன்மைகளை அதிகரிக்கவோ அல்லது செலவுகளைக் குறைக்கவோ மாற்றங்களைச் செய்ய முடியுமா என்பதைப் பார்க்க வணிகமானது திட்டத்தை மதிப்பாய்வு செய்ய வேண்டும். இல்லையெனில், நிறுவனம் திட்டத்தை தவிர்க்க வேண்டும்.

பகுப்பாய்வின் வரம்புகள்

திட்டங்கள் சிறியன முதல் நடுத்தர அளவிலான மூலதன செலவினங்களை உள்ளடக்கியது. திட்டங்கள் நிறைவடையும் நேரத்தின் அடிப்படையில் இடைநிலைக்கு குறுகிய, நன்கு அறியப்பட்ட, பகுத்தறிவு முடிவை எடுக்க ஆழ்ந்த செலவு-பயன் பாட்டு பகுப்பாய்வு போதுமானதாக இருக்கலாம். நீண்ட கால எல்லைகளைக் கொண்ட மிகப் பெரிய திட்டங்களுக்கு, பணவீக்கம், வட்டி விகிதங்கள், மாறுபட்ட பணப்புழக்கங்கள் மற்றும் பணத்தின் தற்போதைய மதிப்பு போன்ற முக்கியமான நிதி மாற்றங்களுக்கு செலவு-பயன் பாட்டு பகுப்பாய்வு தோல்வியடையக்கூடும்.

மாற்று மூலதன வரவு-செலவு திட்டப் பகுப்பாய்வு முறைகள், சூழ்நிலைகளுக்கு மிகவும் பொருத்தமானதாக இருக்கும் நிகர தற்போதைய மதிப்பை உள்ளடக்கியது. இன்றைய மதிப்பின் கருத்து, இன்றைய நாளில் முதலீடு செய்யப்பட்டு வருமானத்தை ஈட்டக்கூடியதாக இருப்பதால், எதிர்காலத்தில் தொகையைப் பெறுவதை விட, இன்றைய நாளில் ஒரு தொகை அல்லது ரொக்கம் மதிப்பு அதிகம் என்று கூறுகிறது.

குறிப்பு

ஒரு திட்டத்தை தீர்மானிக்க நிகர தற்போதைய மதிப்பைப் பயன்படுத்துவதன் நன்மைகளில் ஒன்று, திட்டம் ஒருபோதும் செய்யப்படாவிட்டால் சம்பாதிக்கக்கூடிய மாற்று வருவாய் விகிதத்தைப் பயன்படுத்துவது. அந்த வருமான முடிவுகளிலிருந்து தள்ளுபடி செய்யப்படுகிறது. வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், இந்த திட்டம் வேறு எங்கும் சம்பாதிக்கக்கூடிய வருமான வீதத்தை விட அல்லது தள்ளுபடி வீதத்தை விட அதிகமாக சம்பாதிக்க வேண்டும்.

இருப்பினும், செலவு-பயன் பகுப்பாய்வைச் செய்வதற்கு எந்தவொரு மாதிரியும் பயன்படுத்தப்படுவதால், மாதிரிகளில் கணிசமான அளவு கணிப்புகள் உள்ளன. எந்தவொரு (CBA)சிபிஏவிலும் பயன்படுத்தப்படும் முன்னறிவிப்புகளில் எதிர்கால வருவாய் அல்லது விற்பனை, மாற்று வருவாய் விகிதங்கள், எதிர்பார்க்கப்படும் செலவுகள் மற்றும் எதிர்கால பணப்புழக்கங்கள் ஆகியவை அடங்கும்.

தொழில்முனைவின் நன்மைகள்

தொழில்முனைவு என்பது வணிக அமைப்பின் மிக முக்கியமான வடிவம். தொழில்முனைவோர் பெரும்பாலும் பொருளாதாரத்தின் கட்டுமானத் தொகுதிகளாகக் கருதப்படுகிறார்கள். வாடிக்கையாளர் தேவைகளையும் எதிர்பார்ப்புகளையும் பூர்த்தி செய்ய அவர்கள் இன்னல்களை ஏற்றுகொள்கின்றார்கள். எனவே தொழில்முனைவில் ஈடுபடும் தொழில்முனைவோர், அமைப்பு மற்றும் ஒட்டுமொத்த பொருளாதாரத்திற்கு பல வழிகளில் நன்மை பயக்கும்.

1. நிர்வாக திறன்களின் வளர்ச்சி

தொழில்முனைவின் மிகப்பெரிய மற்றும் மிக முக்கியமான நன்மைகளில் ஒன்று, நிர்வாக திறமைகளை அடையாளம் காண்பதும், மேம்படுத்துவதும் ஆகும். ஒரு வெற்றிகரமான தொழில்முனைவோர் தனது தொழிலை நடத்துவதற்கு நிறைய திறன்களைக் கற்றுக்கொள்ள வேண்டும். மிக முக்கியமான திறமை என்பது முடிவெடுக்கும் கலை. எனவே ஒரு தொழில்முனைவோர் தனது விருப்பங்களை மதிப்பீடு செய்து, மற்றும் அவரது தேர்வுகளை பகுப்பாய்வு செய்து, சிறந்த மாற்றீட்டைத்

குறிப்பு

தேர்வு செய்கிறார். இது முடிவெடுக்கும் முக்கிய அம்சமாகும். மேலும், ஒரு தொழில்முனைவோர் புதிய நிர்வாக செயல்பாடுகளையும் நுட்பங்களையும் கூட கற்றுக்கொள்ளலாம். இது உண்மையில் ஒரு பொருளாதாரத்தில் நிர்வாக திறன்களின் ஒட்டுமொத்த வளர்ச்சிக்கு உதவுகிறது.

2. வணிகங்கள் / அமைப்பு உருவாக்கம்

தொழில்முனைவு என்பது அடிப்படையில் ஒரு நபருக்குச் சொந்தமான வணிகமாகும். இந்த வணிகங்களில் பெரும்பாலானவை உண்மையில் தொழில்முனைவோர்களால் நடத்தப்படுகின்றன. எனவே அவற்றின் உற்பத்தி காரணிகளை ஒன்றிணைத்து ஒருங்கிணைக்கின்றன. அவர்கள் தங்கள் அமைப்புகளை கீழிருந்து உருவாக்குகிறார்கள். அவர்கள் வழியில் சில நிர்வாக திறன்களைக் கூட கற்றுக்கொள்கிறார்கள்.

3. சிறந்த வாழ்க்கைத் தரத்தை ஊக்குவிக்கிறது

தொழில்முனைவின் முக்கிய காரணி என்னவென்றால், சமூகத்தில் வாடிக்கையாளரின் தேவைகள் மற்றும் ஆடம்பரங்கள் அனைத்தையும் பூர்த்தி செய்ய அவை உதவுகின்றன. ஒரு தொழில்முனைவோர் வாடிக்கையாளரின் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்ய, அது ஒரு முக்கிய நல்ல சேவையாக இல்லாவிட்டாலும் கூட, தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளைத் தொடங்குவார். முக்கிய தேவைகள் கூட தொழில்முனைவோர்களால் பூர்த்தி செய்யப்படுகின்றன. எனவே இது பொதுமக்களுக்கு சிறந்த வாழ்க்கைத் தரத்தை அளிக்கிறது.

4. பொருளாதார மேம்பாடு

எந்தவொரு நாட்டின் தேசிய பொருளாதாரத்தின் வளர்ச்சியிலும் தொழில்முனைவோர் மிக முக்கிய பங்கு வகிக்கின்றனர். அவர்கள் தங்கள் சொந்த மூலதனத்தை முதலீடு செய்வது மட்டுமல்லாமல், சந்தையிலிருந்து மூலதனத்தையும் ஈர்க்கிறார்கள். தொழில்முனைவோர் இந்த சேமிப்புகளை உற்பத்தி ரீதியாக பயன்படுத்துகிறார்கள். அவர்கள் அணிதிரட்டி அவற்றை உற்பத்தி வளமாக மாற்றுகிறார்கள். இந்த

குறிப்பு

சேகரிக்கப்பட்ட நிதி ஆதாரம் அல்லது மூலதனம் பொருளாதாரத்தில் செல்வத்தை உருவாக்குவதற்கான அடிப்படையாகும். தொழில்முனைவோரின் மற்றொரு நன்மைகள் என்னவென்றால், அவை சந்தையில் வேலைகளை உருவாக்குகின்றன. இது ஒரு நாட்டின் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு முக்கியமாக பங்களிக்கிறது.

12.11 திட்டமிடல் மற்றும் வரவு-செலவு திட்டச் செயல்முறை

திட்டமிடல் மற்றும் வரவு-செலவு திட்டம் என்பது ஒரு பகுப்பாய்வு பயன்பாடாகும். இது மேல்-கீழ் இலக்குகளை நிர்ணயிக்கவும், கீழ்நிலை வரவு செலவுத் திட்டத்தை உருவாக்கவும் உதவுகிறது. இது ஒரு நிறுவனத்தின் செயல்பாடுகளுக்கு அடித்தளமாக உள்ளது. இது வணிக மாற்றீடுகளை மதிப்பீடு செய்வதற்கும் நிதி இலக்குகளை நிர்ணயிப்பதற்கும் நிர்வாகத்திற்கு உதவுகிறது, மேலும் இது வரவு-செலவு திட்டச் செயல்பாட்டு செயல்முறையின் மூலம் திறமையாக செயல்பட நிறுவனத்திற்கு உதவுகிறது. செலவுகள் மற்றும் வருவாய் மதிப்பீடுகளை மறு மதிப்பீடு செய்தல், தொடக்க மற்றும் இறுதி தேதிகளை மாற்றுதல் மற்றும் நோக்கங்களை மாற்றியமைத்தல் ஆகியவை அடங்கும்.

திட்டமிடல் மற்றும் வரவு-செலவு திட்டம் வெவ்வேறு துறைகளுக்கு ஒரே அனுமானங்களின் அடிப்படையில் இணக்கமான கருவிகளைப் பயன்படுத்த உதவுகிறது. இணையத்தில் பங்கு அடிப்படையிலான அணுகலுடன் பகிரப்பட்ட வணிக மாதிரியை வழங்குவதன் மூலம், ஒவ்வொரு தொழில்முனைவோரும் எந்த உலகளாவிய இடத்திலிருந்தும், எந்த நேரத்திலும் வணிகத் திட்டம் அல்லது வரவு-செலவு திட்டத்தில் தனது பகுதியுடன் தொடர்பு கொள்ளலாம். ஒரு தொழில்முனைவோர் மாறிவரும் வணிகச் சூழலுக்கு விரைவாகவும் திறமையாகவும் பதிலளிக்க முடியும். எந்தளவு பகுப்பாய்வு மற்றும் மாதிரியமைத்தல் மூலம், ஒரு தொழில்முனைவோர் செயல்படுத்துவதற்கு முன் தலைமுறை மாற்றங்கள், செலவுக் கட்டுப்பாட்டு உத்திகள் மற்றும் மூலதன முதலீட்டுத் திட்டங்களை உருவகப்படுத்த முடியும். அசல் திட்டத்திலிருந்து சந்தைப்படுத்தல் ஏற்ற

இறக்கம் மற்றும் பிற விலகல்கள் ஒரு வருடத்திற்கு ஒரு முறை அல்லாமல், உண்மையான நேரத்தில் கையாளப்படலாம்.

குறிப்பு

பயன்பாடு திட்டமிடல் மற்றும் வரவு-செலவு திட்டம்

- திட்டமிட்டு இலக்குகளை உருவாக்கி கொள்ளலாம்.
- முற்கால மற்றும் தற்போதைய புள்ளிவிவரத்தை ஆராய்ந்து பகுப்பாய்வு செய்யலாம்.
- தினசரி செயல்முறைகளுடன் செயல் திட்ட அணுகுமுறை நோக்கங்களை இணைத்து கொள்ளலாம்.
- மேலிருந்து-கீழான வரவு செலவுத் திட்டங்களுடன் கீழிருந்து-மேலான இலக்குகளை இணைத்து கொள்ளலாம்.
- வணிக நிலைமைகள் மாறும்போது நிதிநிலை அறிக்கைகளை ஒருங்கிணைத்து புதுப்பிக்கத்து கொள்ளலாம்.
- தொடர்ச்சியான முன்கணிப்பை நடத்தலாம்.
- திட்டமிடல் மற்றும் வரவு-செலவு திட்ட புள்ளிவிவரத்தின் அடிப்படையில் செயல்படுத்துதல், பல பரிமாண மாதிரிகளை உருவாக்கலாம்.

திட்டமிடல் மற்றும் வரவு-செலவு திட்டத்தின் தொடர்புடைய புள்ளிவிவரத்தை அட்டவணைகளில் சேமிக்கிறது. ஒரு நிறுவனம் இந்தப் புள்ளிவிவரத்தைப் பிரித்து பார்க்கலாம், பகுப்பாய்வு செய்யலாம் மற்றும் மாற்றியமைக்கலாம். பின்னர் அந்த புள்ளிவிவரங்களை தொடக்க அசல் (original) அட்டவணைகளுக்கு நகர்த்தலாம். நிறுவனத்தின் பல்வேறு செயல்பாடுகளை திட்டமிடவும் மற்றும் வரவு செலவுத் திட்டத்தை சரியாக உருவாக்கவும் புள்ளிவிவரங்கள் பயன்படுகின்றன.

12.11.1 வரவு-செலவு திட்டம் மற்றும் திட்டமிடல் செயல்முறையின் நோக்கங்கள்

வணிகத் திட்டத்தின் குறிக்கோள்களை முதலில் மேம்படுத்தி, அதனை செயல்படுத்த தொடங்கும்போது நிறுவனம் வெற்றியடையும். நடைமுறைப்படுத்தப்பட்ட திட்டத்தால் குறிக்கோள் பூர்த்தி செய்யப்படாவிட்டால், அந்த நோக்கத்தை ஆராய்ந்து அதன்

குறிப்பு

முன்னேற்றத்தைக் கண்காணிப்பதற்கும் மாற்று நடவடிக்கையைத் தூண்டுவதற்கும் ஒரு வழிமுறையை உருவாக்கவேண்டும். நிறுவனத்தின் செயல்பாடுகளை கண்காணிக்க வேண்டும் இல்லையெனில் இலக்குகளை அடைய முடியாது.

இந்தத் திட்டமிடுதலில் நிறுவனத்தின் உள் வளங்கள் மற்றும் வெளிப்புற சூழலின் மதிப்பீடுகள் இருக்க வேண்டும், மேலும் தரம் மற்றும் வாடிக்கையாளர் திருப்திக்கான நடவடிக்கைகளை வரையறுக்க வேண்டும்.

இந்த திட்டத்தில் கவனம் செலுத்த வாய்ப்புள்ளது:

• வருவாய் - வருமானம், நேரடி செலவுகள் மற்றும் மேல்நிலைகள்

• மூலதனம் - செலவு, தேய்மானம்

நிதி நடவடிக்கைகளில் முதலீடு மற்றும் மூலதனம் மீதான வருமானம் அடங்கும். வளர்ச்சிக்கான இலக்குகளில் வருவாய் அடங்கும் - ஆனால் இந்த விஷயத்தில் மூலதனமும் கண்காணிக்கப்பட வேண்டும்.

12.11.2 திட்டமிடல் செயல்முறை (The Planning Process)

திட்டமிடல் செயல்முறை என்பது ஒரு மதிப்புமிக்க மற்றும் உற்சாகமான பயிற்சியாகும், இது குழுவின் கட்டமைப்பிற்கு முக்கிய பங்களிப்பாளராகவும், திட்டத்தின் உரிமையை / உறுதிப்பாட்டை வளர்ப்பதற்கான வழிமுறையாகவும் இருக்கும்.

திட்டமிடல் செயல்பாட்டில் உதவக்கூடிய பல்வேறு பயிற்சிகள் உள்ளன.

தற்போதைய ஆண்டு நிதி முடிவுகளை ஆராய்தல்

SWOT பகுப்பாய்வு - பலம், பலவீனங்கள், வாய்ப்புகள் மற்றும் அச்சுறுத்தல்கள்

PESTLE பகுப்பாய்வு - அரசியல், பொருளாதார, சமூக மற்றும் தொழில்நுட்ப, சட்டமன்ற / ஒழுங்குமுறை மற்றும் சுற்றுச்சூழல்

சமச்சீர் மதிப்பெண் அட்டை - நிதிக் கண்ணோட்டம், வாடிக்கையாளர் முன்னோக்கு மற்றும் உள் கண்ணோட்டம், புதுமை மற்றும் கற்றல் ஆகியவற்றிலிருந்து குறிக்கோள்களை அடைவதன்

தாக்கத்தின் பகுப்பாய்வு மற்றும் முக்கியமான வெற்றிக் காரணிகள் மற்றும் செயல்திறன் நடவடிக்கைகளை அடையாளம் காண்பது.

குறிப்பு

மூளைச்சலவை - மாற்று செயல்பாடுகள் காட்சிகள், வாய்ப்புகள், உத்திகள்

வணிகத் திட்டம் (Business Plan) வரவு-செலவு திட்டப் பயிற்சிக்கு கவனம் செலுத்த வேண்டும்.

எதிர்காலத்தைப் பற்றிய முடிவுகளை எடுப்பதற்கான அடிப்படையாக நடப்பு ஆண்டை மதிப்பாய்வு செய்ய வேண்டும்.

குறிக்கோள்கள் மற்றும உத்திகள் உருவாக்குதல்

செயல் திட்டம் மற்றும் வரையறைகள்

தேவையான வளங்கள்

எதிர்பார்த்த முடிவுகள்

12.11.3 ஒரு பட்ஜெட்டைத் திட்டமிடுவதற்கான பத்து வழிகள்

ஒவ்வொரு நிறுவனத்திற்கும் ஒரு வரவு-செலவு திட்டத்தை உருவாக்குவது அவசியம் ஆகும். ஒரு வரவு-செலவு திட்டத்தை உருவாக்குவதும் நிர்வகிப்பதும் வணிகங்கள் நிதி செலவினங்களை ஒதுக்குவது, கண்காணிப்பது மற்றும் திட்டமிடுவது போன்றவை அடங்கும். முறையான வரவு-செலவு திட்ட செயல்முறை என்பது நல்ல வணிக மேலாண்மை, வளர்ச்சி மற்றும் மேம்பாட்டுக்கான அடித்தளமாகும். எங்கள் தனிப்பட்ட நிதிகளுடன் மிகவும் ஒத்திருக்கிறது, ஒழுக்கம் மற்றும் திட்டமிடல் என்பது ஒரு வணிக வரவு-செலவு திட்ட செயல்முறையின் மூலக்கல்லாக இருக்க வேண்டும். வரவு-செலவு திட்டத்தின் பார்வை (நாம் என்ன செய்ய முயற்சிக்கிறோம்) மற்றும் செயல் திட்ட அணுகுமுறை திட்டம் (அங்கு செல்வதற்கான வழிகள்) ஆகியவற்றால் இயக்கப்பட வேண்டும். ஒரு அமைப்பு அவற்றின் செயல் திட்ட அணுகுமுறையில் கவனம் செலுத்துகின்றன. மேலும் அவர்கள் தங்கள் வளங்களை எங்கு செலவழிக்க விரும்புகிறார்கள் என்பதைத் தெரிந்து வைத்திருக்க வேண்டும். பார்வை (நாங்கள் என்ன செய்ய முயற்சிக்கிறோம்) மற்றும் பணி (நாங்கள் ஏன் அதைச் செய்கிறோம்)

ஆகியவற்றுடன் பொருந்தாத பகுதிகளில் பணத்தை செலவழிக்காமல் இருக்க வேண்டும்.

குறிப்பு

1. செயல்முறைத் திட்டம்

ஒவ்வொரு நிறுவனமும், எந்த அளவு இருந்தாலும் அதன் குறிக்கோள்கள், அது சாதிக்கும் இலக்குகள் பற்றி தெரிந்து கொள்ள வேண்டும். இது எழுதப்பட்ட பார்வை மற்றும் இலக்கு அறிக்கை மூலம் வெளிப்படுத்தப்படுகிறது. ஒரு செயல் திட்ட அணுகுமுறைத் திட்டம் என்பது நிறுவனம் தனது பணியை எவ்வாறு அடைய திட்டமிட்டுள்ளது என்பதை குறிக்கிறது. வரவு-செலவு திட்ட செயல்பாட்டின் முதல் நிலை எழுதப்பட்ட அணுகுமுறை திட்டத்தைக் கொண்டுள்ளது. நிறுவனத்தின் செயல் திட்டமுறை மற்றும் வளர்ச்சியை ஆதரிக்க நிறுவன வளங்கள் பயன்படுத்தப்படுவதை இது உறுதி செய்கிறது.

2. வணிக இலக்குகள்

வருடாந்திர வணிக இலக்குகள் அதன் செயல் திட்ட அணுகுமுறை திட்டத்தை செயல்படுத்தும் ஒரு நிறுவனத்தால் நிர்ணயிக்கப்படுகின்றன. இலக்குகளை அடைவதற்கு பொறுப்புடனான இலக்குகளை உருவாக்க வேண்டும். இது பொதுவாக நிர்வாக குழு, சங்கம் அல்லது வணிக உரிமையாளரின் பொறுப்பாகும். வரவு-செலவு திட்ட இலக்குகளை அடைய நிதி ஆதாரங்களை வழங்குகிறது. எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு நிறுவனம் அதன் வசதியை விட அதிகமாக இருந்தால், இடத்தை அதிகரிக்க ஒரு குறிக்கோள் இருந்தால், வணிக நடவடிக்கைகளை விரிவாக்க அல்லது பெருக்க வரவு-செலவு திட்டம் உருவாக்கப்பட வேண்டும்.

3. வருவாய் திட்டங்கள்

வருவாய்த் திட்ட கணிப்புகள், வரலாற்று நிதி செயல்திறன் மற்றும் திட்டமிடப்பட்ட வளர்ச்சி வருமானத்தின் அடிப்படையில் இருக்க வேண்டும். திட்டமிடப்பட்ட வளர்ச்சி நிறுவன இலக்குகள் மற்றும் வணிக வளர்ச்சியைத் தொடங்கும் திட்டமிட்ட முன்முயற்சிகளுடன் பிணைக்கப்படலாம். எடுத்துக்காட்டாக, விற்பனையை 10% அதிகரிக்கும்

குறிக்கோள் இருந்தால், அந்த விற்பனை கணிப்புகள் ஆண்டுக்கான வருவாய் கணிப்புகளின் ஒரு பகுதியாக இருக்க வேண்டும்.

குறிப்பு

4. நிலையான செலவு கணிப்புகள்

நிலையான செலவுகளைக் காண்பிப்பது என்பது மாறாத மாதாந்திர கணிக்கக்கூடிய செலவுகள் ஆகும். பணியாளர் இழப்பீட்டு செலவுகள், வசதி செலவுகள், பயன்பாட்டு செலவுகள், அடமானம் அல்லது வாடகை கொடுப்பனவுகள், காப்பீட்டு செலவுகள் போன்றவை இதற்கு உதாரணம். நிலையான செலவுகள் மாறாது மற்றும் வரவு-செலவு திட்டத்தில் நிதியளிக்க வேண்டிய குறைந்தபட்ச செலவாகும். எடுத்துக்காட்டாக, திறந்த பணியாளர் பதவிகள் இருந்தால், அந்த பதவிகளை நிரப்புவதற்கான செலவு நிலையான செலவு திட்டங்களின் ஒரு பகுதியாக இருக்க வேண்டும்.

5. மாறும் செலவு திட்டங்கள்

மாறுபடும் செலவுகள் என்பது உற்பத்தி அளவின் ஏற்ற இறக்கங்கள், விநியோக செலவுகள், கூடுதல் நேர செலவுகள் போன்றவை அடங்கும். இந்த செலவுகள் வரவு-செலவு திட்டத்தால் கட்டுப்படுத்தப்பட வேண்டும். எடுத்துக்காட்டாக, அதிக பண்டிகை கால விற்பனை, கூடுதல் நேர செலவுகளை தற்காலிகமாக செலுத்தினால், அந்த செலவுகள் வரவு-செலவு திட்டத்தில் இருக்க வேண்டும்.

6. ஆண்டு இலக்கு செலவுகள்

இலக்கு தொடர்பான திட்டங்களுக்கும் வரவு-செலவு திட்டங்கள் வழங்கப்பட வேண்டும். ஒவ்வொரு முன்முயற்சியும் குறிக்கோள்களுடன் தொடர்புடைய செலவுகளைக் கொண்டிருக்க வேண்டும். வருடாந்திர வரவுசெலவுத் திட்டத்தில் இலக்குகளைச் செயல்படுத்துவதற்கான செலவு இணைக்கப்பட்டுள்ளது. செலவினங்களின் கணிப்புகள் அடையாளம் காணப்பட வேண்டும், குறிக்கோளை நிறைவு செய்வதற்கு பொறுப்பான துறைசார்ந்த வரவு-செலவு திட்டம் இணைக்கப்பட வேண்டும். எடுத்துக்காட்டாக, விற்பனைத் துறை விற்பனையை 10% அதிகரிக்கும் இலக்கைக் கொண்டிருந்தால், அதிகரித்த விற்பனையுடன் தொடர்புடைய

செலவுகள் (கூடுதல் சந்தைப்படுத்தல் பொருட்கள், பயணம், பொழுதுபோக்கு) ஆகியவை அந்தந்த வரவு-செலவு திட்டத்தில் இணைக்கப்பட வேண்டும்.

7. இலாப இலக்கின் விகிதம்

ஒவ்வொரு நிறுவனத்திற்கும் இலாப இலக்கின் விகிதம் இருக்க வேண்டும். இலாப வரம்புகள் வணிக உரிமையாளர் அல்லது முதலீட்டாளர்களுக்கு வருவாயை அனுமதிக்கின்றன. இலாப நோக்கற்ற நிறுவனங்கள் தங்கள் இலாப வரம்புகளை நிறுவனத்தின் வசதிகள் மற்றும் வளர்ச்சியில் மீண்டும் முதலீடு செய்ய பயன்படுத்துகின்றன. அனைத்து நிறுவனங்களுக்கும் இலாபங்கள் முக்கியம் மற்றும் ஆரோக்கியமான இலாப வரம்புகள் ஒரு நிறுவனத்தின் வலிமையின் வலுவான குறிகாட்டியாகும்.

8. வாரிய ஒப்புதல்

ஆளும் குழு, தலைவர், உரிமையாளர் அல்லது அமைப்பின் தலைவர் வரவு-செலவு திட்டத்திற்கு ஒப்புதல் அளித்து, புதுப்பிக்கப்பட்ட அனைத்து தகவல்களையும் வரவு-செலவு திட்ட செயல்திறனுடன் வைத்திருக்க வேண்டும். பின்வரும் காரணங்களுக்காக உரிமையாளர் மாதாந்திர நிதிநிலை அறிக்கைகளை மதிப்பாய்வு செய்ய வேண்டும்.

பட்ஜெட் செயல்திறனை கண்காணிக்க வேண்டும்.

அனைத்து செலவுகளையும் நன்கு அறிந்திருக்க வேண்டும்.

நிதி முறைகேடு அல்லது ஊழியரின் மோசடிக்கு எதிராக அமைப்பைப் பாதுகாக்க வேண்டும்.

9. வரவு-செலவு திட்ட ஆய்வு

இலக்குகளுக்கு எதிரான செயல்திறனைக் கண்காணிக்க ஒரு வரவு-செலவு திட்ட மறுஆய்வுக் குழு மாதாந்திர அடிப்படையில் சந்திக்க வேண்டும். இந்த குழு வரவு-செலவு திட்ட மாறுபாடுகளை மதிப்பாய்வு செய்ய வேண்டும் மற்றும் வரவு-செலவு திட்ட அளவீடுகளுடன் தொடர்புடைய சிக்கல்களை மதிப்பிட வேண்டும். இதை மாதாந்திர அடிப்படையில் செய்வது முக்கியம். தேவைப்பட்டால் அதிக செலவு

குறிப்பு

அல்லது வரவு-செலவு திட்டத்தில் மாற்றியமைக்க ஒரு திருத்தம் செய்யலாம். திருத்தங்களைச் செய்ய ஆண்டின் இறுதி வரை காத்திருப்பது இறுதி வரவு-செலவு திட்ட முடிவில் எதிர்மறையான விளைவை ஏற்படுத்தும்.

10. வரவு-செலவு திட்ட மாறுபாடுகளைக் கையாள்வது

வரவு-செலவு திட்ட மாறுபாடுகள் பொறுப்பான துறை மேலாளருடன் மதிப்பாய்வு செய்யப்பட வேண்டும் மற்றும் மாறுபாட்டிற்கு என்ன காரணம் என்று கேள்விகள் எழுப்பப்பட வேண்டும். சில நேரங்களில் எதிர்பாராத சூழ்நிலைகள் தவிர்க்க முடியாதவை ஆகும். எனவே திட்டமிடப்படாத செலவினங்களுக்கு உதவ அவசர நிதி இருப்பது முக்கியம் (தனிப்பட்ட வரவு-செலவு திட்டம் போன்றவை). எடுத்துக்காட்டாக, எச்.வி.ஐ.சி (HVAC) நிறுவன வளர்ச்சி திடீரென குறையும் சமநிலை ஏற்பட்டால், அதன் வரவு-செலவு திட்டத்தை மாற்றி அமைப்பது அவசியம் ஆகும். நல்ல வரவு-செலவு திட்ட செயல்முறைகள் ஒரு நிறுவனத்தை அபிவிருத்தி செய்வதற்கும் முன்னேற்றுவதற்கும் உதவும். அதே நேரத்தில் கவனக்குறைவான வரவு-செலவு திட்டம் மற்றும் கண்காணித்தல் ஒரு நிறுவனத்தை கண்மூடித்தனமாக மாற்றி அதன் நீண்டகால நிதி ஆரோக்கியம் மற்றும் நம்பகத்தன்மையை பாதிக்கும். இறுதியாக, வாடிக்கையாளர்கள் இல்லாமல், வரவு-செலவு திட்டத்திற்கு வருவாய் இல்லை. இந்த காரணத்திற்காக அபிவிருத்தி திட்டங்கள் மற்றும் வரவு செலவுத் திட்டங்கள் வாடிக்கையாளரை இலக்காகக் கொள்ள வேண்டும்.

12.12 தொழிற்சாலை சட்டம் - 1948

முதல் தொழிற்சாலைகள் சட்டம் 1881இல் இயற்றப்பட்டது. தொழிற்சாலைகள் தொடர்பான முந்தைய சட்டங்கள் அனைத்தையும் மாற்றியமைத்து தொழிற்சாலைகள் சட்டம் 1934 நிறைவேற்றப்பட்டது. தொழிலாளர் தொடர்பான ராயல் கமிஷனின் பரிந்துரைகளின் அடிப்படையில் இந்த சட்டம் தயாரிக்கப்பட்டது.

குறிப்பு

1934இல் இயற்றப்பட்ட தொழிற்சாலைகள் சட்டத்தில் பல குறைபாடுகள் மற்றும் பலவீனங்களை வெளிப்படுத்தியது. அவை பயனுள்ள நிர்வாகத்திற்கு இடையூறாக உள்ளன.

ஆகையால், தொழிற்சாலைகள் சட்டம், 1948-ல் தொழிற்சாலைகளில் தொழிலாளர் தொடர்பான சட்டத்தை பலப்படுத்தி, திருத்தியது, அரசியலமைப்புச் சபையால் ஆகஸ்ட் 28, 1948இல் நிறைவேற்றப்பட்டு ஏப்ரல் 1, 1949இல் நடைமுறைக்கு வந்தது.

1948-ல் தொழிற்சாலை கொள்கையின் குறிக்கோள்

இந்திய தொழிற்சாலைகள் சட்டம், 1948-ன் முக்கிய நோக்கங்கள் பின்வருமாறு.

1. வேலை நேரம்

பெரியவர்களின் வேலை நேரத் திருத்தத்தின் படி, ஒரு வயது வந்த தொழிலாளி ஒரு வாரத்தில் 48 மணி நேரத்திற்கு மேல் ஒரு தொழிற்சாலையில் வேலை செய்யவோ அல்லது அனுமதிக்கவோ கூடாது. வார விடுமுறை இருக்க வேண்டும்.

2. ஆரோக்கியம்

தொழிலாளர்களின் ஆரோக்கியத்தைப் பாதுகாப்பதற்காக, ஒவ்வொரு தொழிற்சாலையும் சுத்தமாக வைக்கப்பட வேண்டும் என்றும், இது தொடர்பாக தேவையான அனைத்து முன்னெச்சரிக்கை நடவடிக்கைகளும் எடுக்கப்படும் என்றும் சட்டம் கூறுகிறது. தொழிற்சாலைகளில் முறையான வடிகால் அமைப்பு, போதுமான விளக்குகள், காற்றோட்டம், வெப்பநிலை போன்றவை இருக்க வேண்டும். குடிநீருக்கு போதுமான ஏற்பாடுகள் செய்யப்பட வேண்டும். வசதியான இடங்களில் போதுமான கழிவறை கழிப்பிடம் அமைக்க வேண்டும். இவை தொழிலாளர்களுக்கு எளிதில் அணுகக்கூடியதாக இருக்க வேண்டும், மேலும் அவற்றை சுத்தம் செய்ய வேண்டும்.

3. பாதுகாப்பு

தொழிலாளர்களுக்கு பாதுகாப்பை வழங்குவதற்காக, எந்திரங்களுக்கு வேலி அமைக்கப்பட வேண்டும், எந்தவொரு

குறிப்பு

இளைஞனும் எந்தவொரு ஆபத்தான இயந்திரத்திலும் வரையறுக்கப்பட்ட இடங்களில் வேலை செய்யக்கூடாது. பாதுகாப்பிற்கு போதுமான அளவு இடைவெளி ஏற்பாடு செய்ய வேண்டும். இது அவசர காலங்களில் தப்பிக்க உதவும்.

4. நலன்

சட்டத்தின் படி ஒவ்வொரு தொழிற்சாலையிலும் சலவை செய்ய போதுமான மற்றும் பொருத்தமான வசதிகள் இருக்க வேண்டும் மற்றும் தொழிலாளர்களின் பயன்பாட்டிற்கு முறையாக பராமரிக்கப்பட வேண்டும். ஆடைகளை சேமித்து உலர்த்துவதற்கான வசதிகள், உட்கார வசதிகள், முதலுதவி உபகரணங்கள், தங்குமிடங்கள், ஓய்வு அறைகள் மற்றும் மதிய உணவு அறைகள், குழந்தைகள் காப்பகம் போன்றவற்றை வழங்க வேண்டும்.

5. அபராதம்

தொழிற்சாலைகள் சட்டம், 1948-ன் விதிகளின்படி ஏதேனும் குற்றம் கண்டறியப்பட்டால், பின்வரும் அபராதங்களை விதிக்கலாம்:

ஒரு வருட காலத்திற்கு நீடிக்கக்கூடிய சிறைத்தண்டனை

ஒரு லட்சம் ரூபாய் வரை நீடிக்கக்கூடிய அபராதம் அல்லது

அபராதம் மற்றும் சிறைவாசம்.

ஒரு தொழிலாளி மற்ற(சக) தொழிலாளர்களின் நலன், பாதுகாப்பு மற்றும் உடல்நலம் தொடர்பான ஒரு சாதனத்தை தவறாகப் பயன்படுத்தினால், அல்லது தனது கடமைகளை நிறைவேற்றத் தவறினால், அவருக்கு ரூ. 500 அபராதம் விதிக்கலாம்.

தொழிற்சாலை சட்டம், 1948 -ன் முக்கியத்துவம் (திருத்தப்பட்டது 1987, 2016)

தொழிற்சாலைகள் சட்டம், 1948 ஒரு நன்மை பயக்கும் சட்டம் ஆகும். இந்தச் சட்டத்தின் நோக்கம் மற்றும் பொருள் அடிப்படையில் தொழிலாளர்களின் நலன்களைப் பாதுகாப்பது, அவர்களின் சுரண்டலை நிறுத்துதல் மற்றும் அவர்களின் பணியிடங்களில் அவர்களின் பாதுகாப்பு, சுகாதாரம் மற்றும் நலனைக் கவனித்தல் ஆகும். இது ஒரு

குறிப்பு

தொழிற்சாலையின் ஆக்கிரமிப்பாளர் மற்றும் தொழிற்சாலை மேலாளர் மீது பல்வேறு கடமைகள் மற்றும் பொறுப்புகளைக் கொண்டுள்ளது.

பொருளை உற்பத்தி செய்யும் செயல்முறையின்வரைமுறை பின்வருமாறு எந்தவொரு கட்டுரை அல்லது பொருளையும் அதன் பயன்பாடு, விற்பனை, போக்குவரத்து, விநியோகம் அல்லது அகற்றல் ஆகியவற்றை நோக்கமாகக் கொண்டு தயாரித்தல், மாற்றுவது, சரிசெய்தல், அலங்கரித்தல், முடித்தல், பொதி செய்தல், எண்ணெயிடுதல், கழுவுதல், சுத்தம் செய்தல், உடைத்தல், இடிப்பது அல்லது சிகிச்சையளித்தல் அல்லது ஏற்றுக்கொள்வது. அல்லது
நிறுவனத்தில் எண்ணெய், நீர், மற்றும் கழிவுநீர் போன்றவற்றை உந்தி எடுத்தல் அல்லது சக்தியை உருவாக்குதல், மாற்றுவது அல்லது கடத்துதல் போன்ற செயல்முறைகள். அல்லது
அச்சிடுவதற்கான செயல்முறைகள், கடித அச்சகம், லித்தோகிரா.ஃ.பி, புகைப்படம் எடுத்தல் அல்லது பிற ஒத்த செயல்முறை அல்லது புத்தக பிணைப்பு மூலம் அச்சிடுதல். அல்லது
கப்பல்கள் அல்லது கப்பல்களை நிர்மாணித்தல், புனரமைத்தல், சரிசெய்தல், புதுப்பித்தல், முடித்தல் அல்லது உடைத்தல். அல்லது
எந்தவொரு பொருளையும் குளிர் சேமிப்பில் பாதுகாத்தல் அல்லது சேமித்தல்.தொழிற்சாலை சட்டத்தில் (1948) வரையறுக்க குறிப்பிடப் பட்டுள்ளபடி, ஒவ்வொரு தொழிற்சாலையும் கீழ்கண்ட அம்சங்களை பின்பற்றவேண்டும்.

1. வேலை நேரம் வேலைக்கு இடையில் இடைவெளி, வாரத்திற்கு / குறிப்பிட்ட பணி நேரத்தின் அதிகபட்ச வேலை நேரம்.
2. ஊதியத்துடன் வருடாந்திர விடுப்பு.
3. இளைஞர்களுக்கு வேலைவாய்ப்பு.
4. அபாயகரமான செயல்முறைகள் தொடர்பான பாதுகாப்பு ஏற்பாடுகள்.

12.13 உங்களுடைய முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்கவும்:

1. நிதி பகுப்பாய்வில் பணப்புழக்கம் குறித்து ஒரு சிறு குறிப்பை வரைக.

குறிப்பு

2. இடைவெளியை உருவாக்குவதற்கான வழிகளை பட்டியலிடுங்கள் - ஏழு பகுப்பாய்வைக் குறிப்பிடவும்?
3. செலவு-நன்மை பகுப்பாய்வின் தேவைகளைக் குறிப்பிடவும்.

12.14 குறுகிய பதில்களுக்கான கேள்விகள்

1. நிதிப் பகுப்பாய்வின் வகைகளை பட்டியலிடுங்கள்.
2. விகித பகுப்பாய்வை வரையறுக்கவும்.
3. ஸ்னீக்-பீக் என்றால் என்ன?
4. நிதி விகிதங்களின் வகைகள் யாவை?
5. சமநிலைப் பகுப்பாய்வின் அனுமானங்களைக் கூறுங்கள்.
6. இலாப பகுப்பாய்வு பற்றி குறிப்பு வரைக.
7. செலவு-நன்மை பகுப்பாய்வு என்றால் என்ன?
8. வணிகத் திட்டத்தின் திட்டவட்டங்களைக் குறிப்பிடுங்கள்.
9. தொழிற்சாலைகளின் சட்டம் 1948-ன் நோக்கங்களை குறிப்பிடுங்கள்.

12.15 நீண்ட பதில்களுக்கான கேள்விகள்

1. ஒரு நிதிப் பகுப்பாய்வு ஐந்து முக்கிய கூறுகள் யாவை?
2. நிதி விகித பகுப்பாய்வு தொழில்முனைவோருக்கு எவ்வாறு உதவியாக இருக்கும்? விளக்கவும்.
3. சமநிலைப் பகுப்பாய்வு பற்றி விவாதிக்கவும்.
4. சமநிலைப் பகுப்பாய்வை தீர்மானிப்பதில் உள்ள படிகளைப் பற்றி சுருக்கமாக விளக்குங்கள்.
5. வணிக / நிறுவனத்தில் இலாப பகுப்பாய்வு மூலம் கவனம் செலுத்தும் மூன்று அளவுகோல்களை விளக்குங்கள்.
6. ஒரு வரைபடத்தின் உதவியுடன் சமூக செலவை விவரிக்கவும்.
7. ஒரு வணிகத்தில் தொழில்முனைவோருக்கு செலவு-நன்மை பகுப்பாய்வின் செயல்முறை எவ்வாறு பயனுள்ளதாக இருக்கும்?
8. ‘தொழிற்சாலைகள் சட்டம், 1948 ஒரு நன்மை பயக்கும் சட்டம்”. விரிவாக விளக்கவும்.

12.16 உங்களுடைய முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்கும் பதில்கள்

குறிப்பு

1. பணப்புழக்க பகுப்பாய்வு பணச் செலவுகளை ஈடுகட்ட போதுமான பணத்தை உருவாக்கும் திறனைக் குறிக்கிறது. வருவாய் வளர்ச்சியோ அல்லது இலாபமோ மோசமான பணப்புழக்கத்தை ஈடுசெய்ய முடியாது.

• தற்போதைய விகிதம் (நடப்பு சொத்துக்கள் ÷ தற்போதைய பொறுப்புகள்). இது பணம் மற்றும் பிற நடப்பு சொத்துகளிலிருந்து குறுகிய கால கடமைகளை செலுத்தும் திறனை அளவிடுகிறது. 1 க்கும் குறைவான மதிப்பு என்பது ஒரு நிறுவனத்திற்கு இதைச் செய்ய போதுமான திரவ வளங்கள் இல்லை என்பதாகும். 2 க்கு மேல் விகிதம் சிறந்தது.

• வட்டி பாதுகாப்பு (வட்டி மற்றும் வரிகளுக்கு முந்தைய வருவாய் ÷ வட்டி செலவு). இது பணத்திலிருந்து வட்டி செலவை உருவாக்கும் திறனை அளவிடுகிறது. 1.5 க்கும் குறைவான மதிப்பு கடன் வழங்குபவர்களுக்கு கவலை அளிக்கிறது.

2. மாறக்கூடிய அலகு செலவுகளைத் தீர்மானித்தல்:
நிலையான செலவுகளைத் தீர்மானித்தல்
விற்பனைப் பிரிவில் விலையை தீர்மானித்தல்
விற்பனை அளவு மற்றும் அலகுக் கொண்டு விலையைத் தீர்மானித்தல்
ஒரு விரிதாளை உருவாக்குதல்

3. அதிகரித்த உற்பத்தி அல்லது புதிய தயாரிப்பிலிருந்து வருவாய் மற்றும் விற்பனை அதிகரிக்கும். மேம்பட்ட பணியாளர் பாதுகாப்பு மற்றும் மன உறுதியைப் போன்ற நன்மைகள், அத்துடன் மேம்பட்ட தயாரிப்பு வழங்கல்கள் அல்லது விரைவான விநியோகத்தின் காரணமாக வாடிக்கையாளர் திருப்தி. முடிவின் விளைவாக பெறப்பட்ட போட்டி நன்மை அல்லது சந்தை பங்கு

குறிப்பு

பிரிவு - 13

தொழில்முனைவோரின் வளர்ச்சிக்கான நிறுவனம்

அமைப்பு

13.1 அறிமுகம்

13.2 இந்தியாவில் உள்ள தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு நிறுவனங்கள்

13.2.1 மாநில அளவிலான நிறுவன வலையமைப்பு

13.2.2 தேசிய அளவிலான நிறுவன வலையமைப்பு

13.2.3 சர்வதேச அளவிலான நிறுவன வலையமைப்பு

13.3 நிலையான அமைப்பின் பங்கு

13.4 தொழில் முனைவோர் மேம்பாட்டு திட்டங்களின் பங்கு (நுஹீ)

13.5 இந்திய தொழில்முனைவில் நிதி நிறுவனங்களின் பங்கு

13.6 இந்தியாவின் நிதி நிறுவனங்கள்

13.7 தொழில்முனைவோருக்கான வங்கி நிதி

13.8 நிதி திட்டமிடல்

13.9 நிதி நிறுவன வளர்ச்சியின் பங்கு

13.10 பொருளாதார வளர்ச்சியில் வெற்றிக்கான எழுச்சி தொடர்பான தொழில்முனைவோரின் செயல்பாடுகள்

13.11 உங்களுடைய முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்கவும்

13.12 குறுகிய பதில்களுக்கான கேள்விகள்

13.13 நீண்ட பதில்களுக்கான கேள்விகள்

13.14 உங்களுடைய முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்கும் பதில்கள்

13.1 அறிமுகம்

மெக்லெல்லண்ட் பரிந்துரைத்தபடி, சமுதாயத்தில் தொழில் முனைவோர்களின் எண்ணிக்கை அதிகரிப்பதற்கு மக்களிடையே ‘தொழில

முனைவோரின் எழுச்சியை ஊக்குவித்தல்' குறிப்பிடத்தக்கதாகும். தொழில்முனைவோரின் மேம்பாடு தொழில்முனைவோர் சமுதாயத்தின் வளர்ச்சியை விரைவுபடுத்துவதற்கு தனிநபர்களுக்கு அந்த உந்துதலையும், வளர்ச்சியையும் வழங்குவதில் கவனம் செலுத்துகிறது. இந்தியாவில் உள்ள அரசு நிறுவனங்கள் மற்றும் மேம்பாட்டு நிறுவனங்கள் (Development Institutions) இரண்டும் தொழில்முனைவோரை மேம்படுத்துவதற்கான முயற்சிகளை மேற்கொண்டு வருகின்றன. மேலும் தொழில்முனைவோரை ஊக்குவிப்பதால் ஏராளமான புதுமைகள், வேலைவாய்ப்பு உருவாக்கம், முதலீடுகள், ஏற்றுமதிகள், வறுமைக் குறைப்பு மற்றும் வருமான முன்னேற்றத்திற்கு பங்களிக்கும் என்பதை ஏற்றுக் கொண்டுள்ளன.

தொழில்முனைவோர் வளர்ச்சியினால் கிடைக்கும் நன்மைகள்

- அதிக வேலை வாய்ப்புகள்
- சமூக- பொருளாதார முன்னேற்றம்
- மக்களின் வாழ்க்கை முறையில் முன்னேற்றம்
- எதிர்கால தலைமுறையினரை வேலைப் படைப்பாளர்களாக/ உருவாக்குபவர்களாக ஊக்குவிக்கிறது
- சமநிலையான வட்டார வளர்ச்சி
- உலகளாவிய போட்டித்தன்மையில் மேம்பாடு
- நகர்ப்புறங்களை நோக்கி தொழிலாளர்கள் குடியேறுவதைத் தடுக்கும்

13.2 இந்தியாவின் தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு நிறுவனங்கள்

இந்திய தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு நிறுவனம் அல்லது பொதுவாக EDII என அழைக்கப்படுகிறது. வளர்ச்சியின் எல்லைகளை அடைய முறையான கல்வி மற்றும் பயிற்சியுடன் முன்னேற்றுவதற்கான விருப்பத்தை எடுத்துக் கொடுக்கிறது. இது ஒரு இலாப நோக்கற்ற தன்னாட்சி நிறுவனம் ஆகும், இந்நிறுவனம் 1983ஆம் ஆண்டில் குஜராத்

குறிப்பு

மாநிலத்திலுள்ள அகமதாபாத்தில் முதன்முதலில் நிறுவப்பட்டது. தொழில்முனைவோருக்கு பல்வேறு வழிகளைத் திறப்பதன் மூலமும், தொழில்முனைவோருக்கான முறையை விரைவுபடுத்துவதன் மூலமும் தொழில்முனைவோர் மற்றும் திறன்களின் அளவை மேம்படுத்துவதை EDII நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது. இந்நிறுவனம் இளம் தலைமுறை தொழில்முனைவோருக்கு ஒரு புதிய தொழில் வாய்ப்பை வழங்குகிறது. நாட்டில் தொழில்முனைவோர் பயிற்சியை EDII முன்னெடுத்து நடத்தி வருகிறது. ஆராய்ச்சி மற்றும் மேம்பாட்டின் மூலம் நாட்டில் தொழில்முனைவோரின் விநியோகத்தை அதிகரிக்க EDII (தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டுத் திட்டம்) உருவாக்குகிறது. இது பல்வேறு அர்ப்பணிப்பு மையங்களை மையமாகக் கொண்டுள்ளது.

1. ஆர்வமுள்ள தொழில்முனைவோரை குறிவைத்து தொழில்முனைவோர் கல்வி மற்றும் பயிற்சிக்கான மையம்
2. முப்பது கோடி கிராமப்புற மக்களை மையமாகக் கொண்ட சிறுதொழில் தொழில்முனைவோருக்கான மையம்
3. SME மற்றும் வணிக மேம்பாட்டு சேவைகளுக்கான மையம்
4. வட்டார / பகுதி போட்டித்திறனுக்கான சர்வதேச மையம்
5. மகளிர் தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு மையம்
6. பெருநிறுவனகளின் பொறுப்புகளுக்கான மற்றும் சமூக தொழில்முனைவோர் மையம்.

13.2.1 Entrepreneurship Development Institute of India (EDII)

வலையமைப்பு

இந்திய தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு நிறுவனம் நாடு முழுவதும் அதன் கிளைகளை நிறுவி உள்ளது. அவைகள் பின்வருமாறு.

மாநில அளவிலான நிறுவன வலையமைப்பு

IED உத்தரப்பிரதேசம் - தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு நிறுவனம், லக்னோ, உத்தரபிரதேசம்

குறிப்பு

CED இமாச்சல பிரதேசம் - தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு மையம், சிம்லா, இமாச்சல பிரதேசம்

EMDI ராஜஸ்தான் - தொழில்முனைவோர் மற்றும் மேலாண்மை மேம்பாட்டு நிறுவனம் ஜெய்ப்பூர், ராஜஸ்தான்

CED ஆந்திரா - தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு மையம் ஹைதராபாத், ஆந்திரா

CEDOK கர்நாடகா - கர்நாடகாவின் தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு மையம், தர்வாட்

CED குஜராத் - தொழில் முனைவோர் மேம்பாட்டு மையம் காந்திநகர், குஜராத்

CED மகாராஷ்டிரா - தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு மையம் அவுரங்காபாத், மகாராஷ்டிரா

IED ஒரிசா - தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு நிறுவனம் புவனேஸ்வர், ஒரிசா

CED மத்தியப் பிரதேசம் - தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு மையம் போபால், மத்தியப் பிரதேசம்

CED தமிழ்நாடு - தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு மையம் மதுரை, தமிழ்நாடு

IED பீகார் - தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு நிறுவனம் பாட்னா, பீகார்

EDI ஜம்மு & காஷ்மீர் - தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு நிறுவனம் ஸ்ரீநகர், ஜம்மு & காஷ்மீர்

13.2.2 தேசிய அளவிலான நிறுவன வலையமைப்பு

- **BMOs** - வணிக மேலாண்மை நிறுவனங்கள் தொழில்கள் சங்கங்கள்
- **ED Cells** - தொழில் அபிவிருத்தி / வளர்ச்சிசார் கலங்கள்
- **NGOs** - அரசு சாரா நிறுவனங்கள்
- **STEPs** - அறிவியல் மற்றும் தொழில்நுட்ப தொழில்முனைவோர் பூங்காக்கள்
- **NIESBUD** - தொழில் தேசிய நிறுவனம் மற்றும் சிறு தொழில் வளர்ச்சி, நோய்டா

குறிப்பு

- **NIMSME** - குறு, சிறு மற்றும் நடுத்தரத் தொழில் தேசிய நிறுவனம்
- **TBIs** - செயற்கைமுறை தொழில்நுட்ப வணிகம்
- **IIE** - இந்திய தொழில்முனைவு நிறுவனம், குவஹாத்தி

13.2.3 சர்வதேச அளவிலான நிறுவன இந்தியா வலையமைப்பு

கீழ்கண்ட நாடுகளில், இந்தியாவின் தொழில் மேம்பாட்டு கிளைகள் உள்ளன

- **CIEDC**: கம்போடியா இந்திய தொழில் மேம்பாட்டு மையம், Phnom Penh
- **MIEDC**: மியான்மர்-இந்தியா தொழில் மேம்பாட்டு மையம் , யங்கூன்
- **LIEDC**: லாவோ-இந்தியா தொழில் மேம்பாட்டு மையம், வியட்நாம்
- **SIEDRIC**: சீனா-சைனோ-இந்தியா தொழில் மேம்பாட்டு ஆய்வு மையம், செங்காங், யுனான் மாகாணம், சீனா
- **VIEDC**: வியட்நாம்-இந்தியா தொழில் மேம்பாட்டு மையம், ஹனோய்

13.3 நிலையான அமைப்பின் பங்கு

தொழில்முறைச் சார்ந்த பழங்கால புத்தகங்களில் ஆலோசனையைப் பற்றி சிந்திக்க இரண்டு அடிப்படை அணுகுமுறைகள் உள்ளன. முதலாவது, பரந்த செயல்பாட்டு அணுகுமுறையால் வகைப்படுத்தப்படுகிறது. இத்தகைய அணுகுமுறை ஆலோசனை என்பது நடைமுறை ஆலோசனைகளை வழங்குவதற்கான ஒரு முறையாகவும், மேலாண்மை நடைமுறைகளை மேம்படுத்தவும், தனிப்பட்ட மேலாண்மை செயல்திறன் மற்றும் நிறுவனம் முழுவதும் செயல்திறனை மேம்படுத்தவும் உதவுகிறது. இரண்டாவது, அணுகுமுறை ஒரு குறிப்பிட்ட தொழில் முறை சேவையாக கருதி ஆலோசனையின் தொழில்முறையை வலியுறுத்துகிறது.

ஆலோசனை சேவைகளைப் பயன்படுத்துவதற்கு பல வழிகள் (காரணங்கள்) உள்ளன:

1. ஒரு குறிப்பிட்ட சிக்கலை சரிசெய்தல்

நிபுணர் ஆலோசனை அல்லது நடுநிலையான உதவியின் தேவை பல்வேறு சூழ்நிலைகளில் எழுகிறது. ஆலோசகர் இந்த சிக்கலைத் தீர்ப்பதற்கு பங்களிக்கலாம் அல்லது சிக்கலைக் குறைக்கவும், வணிகத்தில் அதன் எதிர்மறையான தாக்கங்களை குறைக்கவும் முடியும்.

குறிப்பு

2. வாடிக்கையாளர் திறன்களைப் பெறுதல் அல்லது விரிவுபடுத்துதல்

ஒரு குறிப்பிட்ட சிக்கலைச் சமாளிக்க போதுமான நேரம் மற்றும் ஊழியர்கள் இல்லையென்றால் வாடிக்கையாளர்கள் பெரும்பாலும் ஆலோசகர்களிடம் திரும்புவர். ஊழியர்களின் பிரச்சினையை தீர்க்க முடியாமல் இருப்பதற்கு தொழில்முனைவோர்கள் அனுபவமின்மை, தகுதி இல்லாமை அல்லது பிற திட்டங்களில் சுறுசுறுப்பாக இருப்பதால் கூட காரணங்களாகின்றன. சேவைகளின் பயன்கள் பெறப்பெற்ற பின்னர் ஆலோசகர் வாடிக்கையாளரின் அமைப்பை விட்டு வெளியேறுகிறார். வாடிக்கையாளர்கள் ஆலோசகர்களிடம் திரும்பி அவர்களின் உதவியை நாடுகிறார்கள். இது ஒரு தற்காலிக அடிப்படையில் அமைந்துள்ளது. எனவே புதிய பணியாளர்களை நியமிப்பது அவசியமில்லை.

3. தகவல் பெறுதல்

வணிகங்கள் தங்களின் திறனால் முடிவெடுத்தல் அல்லது அவர்களின் சொந்த வணிக நடவடிக்கைகளுக்காக புதிய, புதுப்பித்த தகவல்களைப் பெற வேண்டும். ஆலோசகர் பின்னர் ஒரு தகவலறிந்தவரின் செயல்பாட்டைச் செய்கிறார். வாடிக்கையாளருக்கு தகவலும் வழங்கப்படுகிறது. ஆலோசகர் அவருடைய / அவளுடைய தொழில் விவரத்தளங்களில் இருக்கிறார் அல்லது கிடைக்கக்கூடிய ஆதாரங்கள் அல்லது வாடிக்கையாளருக்கு அணுக முடியாத வழிகளில் இருந்து அவர் / அவள் அதைப் பெறுகிறார்கள். ஆலோசகர் வாடிக்கையாளருக்கு இந்தத் தகவலைப் பெறுவது மட்டுமல்லாமல், அதைச் செயலாக்கி மதிப்பீடு செய்யலாம்.

4. புதிய யோசனைகளின் தேவை

ஒரு நிறுவனத்தில் நிர்வாகமும் பணியாளர்களும் மிக நெருக்கமாக இணைந்திருப்பதில் சிக்கல் உள்ளது. அவர்களால் ஒரு

குறிப்பு

பயனுள்ள தீர்வைக் கண்டுபிடிக்க முடியவில்லை. அத்தகைய சிக்கலைத் தீர்க்க தொடர்புடைய திறன்களைக் கொண்ட வெளிப்புற ஆலோசகர்கள் உதவுகிறார்கள். வாடிக்கையாளரின் அமைப்பில் பின்வாங்காமல் இருப்பதன் மூலம், பிரச்சினையின் அனைத்து சூழ்நிலைகளையும் ஊடுருவி, அதன் இயல்பு மற்றும் காரணங்களைத் தீர்மானிக்கவும் தீர்வுகளை பரிந்துரைக்கவும் இது முன்நிபந்தனைகளைக் கொண்டுள்ளது.

5. ஒரு நடுநிலையான மற்றும் பாரபட்சமற்ற கருத்தின் தேவை

இந்த உண்மை முந்தைய சூழ்நிலையுடன் ஓரளவு தொடர்புடையது. ஆனால் இது ஒரு குறிப்பிட்ட நிறுவனத்தின் கொள்கையை குறிக்கிறது. எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு நிறுவனத்தின் நிர்வாகம் அதன் சொந்த ஊழியர்களால் சமர்ப்பிக்கப்பட்ட திட்டங்கள் மற்றும் பரிந்துரைகள் நடுநிலையானவை அல்ல என்று நம்பலாம். எடுத்துக்காட்டாக, நிறுவனம் ஒரு தீவிரமான முடிவை எதிர்கொள்ளும் சூழ்நிலையிலும் அதன் சாத்தியமான நடவடிக்கையிலும் ஒரு ஆலோசகரிடமிருந்து ஒரு நடுநிலையான ஆலோசனை தேவைப்படலாம்.

6. நிறுவன மாற்றத்தின் தேவை

நிறுவனம் குறிப்பிடத்தக்க மாற்றத்தை எதிர்கொள்ளும் சூழ்நிலையில் ஆழமாக வேரூன்றிய யோசனைகள் மற்றும் பழக்கவழக்கங்கள் ஒரு பெரிய பிரச்சினையாகும். இந்த சூழ்நிலையில், ஆலோசகர் இந்த மாற்றத்திற்கு வழிவகுக்கும் அறிவையும் அனுபவத்தையும் கொண்டிருப்பார் என்று எதிர்பார்க்கப்படுகிறது. வாடிக்கையாளரின் அமைப்பில் மாற்றத்தின் செயல்பாட்டில் ஆலோசகரின் முக்கிய பங்களிப்பு தேவையான தகுதி மற்றும் ஆலோசனை நுட்பத்தைக் கொண்டுள்ளது.

7. சிக்கலைக் கண்டறிந்து அதன் தீர்வைக் கண்டறிய வேண்டும்

சிக்கல்களை கண்டறியும் திறன்கள் மற்றும் ஆற்றல்கள் ஆகியவை ஆலோசகர்களின் மிக முக்கியமான தொழில்முறை திறன்களில் ஒன்றாகும். பிரச்சனையை அறிதலின் பொருள் வணிகத்தின் உள்ளார்ந்த நிலைமை அல்லது நிறுவன செயல்படும் வெளிப்புற

சூழலாக இருக்கலாம். அவற்றைக் கண்டறிதல் சிக்கலானதாக இருக்கலாம். ஆனால் அது சிறியது மற்றும் ஒன்று அல்லது பல்வேறான சிக்கல்களின் பின்னல்களைக் கொண்டிருக்கலாம். சிக்கலைக் கண்டறிதல் மற்றும் விவரக்குறிப்பிற்குப் பிறகு, வாடிக்கையாளர் அதை எவ்வாறு கையாள்வது என்பது குறித்த ஆலோசனைகளை ஆலோசகரிடம் கேட்கலாம்.

8. கல்வி தேவை

வாடிக்கையாளர்கள் பெரும்பாலும் தங்கள் ஊழியர்களுக்கு கல்வி கற்பிக்கும் ஆலோசனை சேவைகளைப் பயன்படுத்துகிறார்கள். பல ஆலோசகர்கள் விரிவுரை மற்றும் பயிற்சிகளை அவர்களின் முக்கிய செயல்பாடு-ஆலோசனை நடவடிக்கைகள் மூலம் பூர்த்தி செய்கிறார்கள். தொழில்பயிற்சிகள் புதிய முறைகள், நுட்பங்கள் மற்றும் தொழில்முறைகளில் கவனம் செலுத்தலாம். பயிற்சிகள் வாடிக்கையாளரின் ஊழியர்களின் தொழில்முறை திறன்களை மேம்படுத்துவதில் கவனம் செலுத்தலாம்.

9. புதிய முறைகள் மற்றும் அமைப்புகளை அறிமுகப்படுத்துதல்

ஒவ்வொரு நிறுவனமும் முடிந்தவரை திறமையாக செயல்பட வேண்டும். இந்த சூழலில், வாடிக்கையாளர் புதிய நிறுவன, திட்டமிடல் மற்றும் கட்டுப்படுத்தும் முறைகள் மற்றும் அமைப்புகளை அறிமுகப்படுத்த ஆலோசகர் எதிர்பார்க்கிறார். ஆலோசகர் ஒரு ”தையல்காரர்” மாதிரி இருந்தால் இந்த நடைமுறைகள் மற்றும் அமைப்புகளை வாடிக்கையாளருக்கு ”தையல்காரர்” போல் 'திறன்பட-உருவாக்கிய' செயல்முறையில் தீர்க்கமுடியும். தீர்வுகளைக் கண்டறியும்போது, ஆலோசகர் பலவிதமான படைப்பு நுட்பங்களைப் பயன்படுத்தலாம். சாத்தியமான தீர்வுகளை அங்கீகரிக்க புதிய ஆலோசனைகள் மிகவும் முக்கியமானது. ஆலோசனை சேவைகளின் தேவையைக் குறிக்கும் பல அடையாளங்கள் உள்ளன:

- ஒரு எழுதப்பட்ட வணிகத் திட்டம் இல்லாதிருப்பது
- விவரிக்க முடியாத குறைந்த மன உறுதி

குறிப்பு

- வழக்கமான, மீண்டும் மீண்டும் அதிகரிக்கும் செலவினம்
- வழக்கமான பண பற்றாக்குறை
- பொருட்களின் வழங்கலில் நாள்பட்ட தாமதம்
- சந்தை நிலையினைச் சார்ந்த இழப்பு
- ஊழியர்களை விலக்குதல்
- இலக்குகளை அடைமுடியாமல் அதிகப்படியான பணிச்சுமை
- விற்பனைத் தொடர்பான குறைபாடுகள்
- போட்டி அல்லது சந்தை பற்றிய தகவல் இன்மை

13.4 தொழில் முனைவோர் மேம்பாட்டு திட்டங்களின் பங்கு (EDP)

சமீபத்திய ஆண்டுகளில் தொழில்மயமாக்கலால் நடந்த வேகம் EDP-யின் பங்கும் முக்கிய காரணமாகும். EDP-யின் முக்கிய சாதனைகள் பின்வருமாறு:

1. நடைமுறை சார்ந்த அபிவிருத்தி திட்டத்தை நிலைநிறுத்துதல், மேம்பாடு மற்றும் விரிவாக்கம் ஆகியவற்றில் EDP முக்கிய பங்கு வகித்தது. இந்தியாவில் நடத்தப்படும் அனைத்து பயிற்சித் திட்டங்களும் EDP-யின் கீழ் கொண்டுவரப்பட்டு உருவாக்கப்படுகின்றன.

2. நுனீ -கள் தொழில்முனைவோருக்குத் தேவையான பல்வேறு ஆதரவு அமைப்புகளையும் உருவாக்கி நிறுவியுள்ளன. இந்த ஆதரவு அமைப்புகளை நுனீ வலுப்படுத்தி ஒருங்கிணைக்கின்றன.

3. நுனீ-கள் தொழில்மயமாக்லுக்கான பின்னணியை உருவாக்கியது மட்டுமல்லாமல், அதற்கான வேகத்தையும் கொடுத்துள்ளன.

4. வேலையின்மை பிரச்சினையை தீர்க்க இந்த திட்டங்களும் நிறைய பங்களித்தன. சுய வேலைவாய்ப்பு திட்டங்களைத் தொடங்குவதன் மூலமும், தொழில்மயமாக்கலின் வேகத்தை அதிகரிப்பது ஆகிய செயல்பாடுகளால் EDP உதவியது.

குறிப்பு

5. இந்த திட்டங்களின் மற்றொரு சாதனை இந்த போட்டி நிறைந்த உலகத்தில் மிகவும் கடினமான பணியாக இருப்பது புதிய நிறுவனத்தை நிறுவுவதும் மேம்படுத்துவதும் ஆகும். புதிய நிறுவனங்களை நிறுவுவதற்கு நுனீ-கள் பல்வேறு உள்ளீடுகளை வழங்கியுள்ளன. மேலும் பல்வேறு தொழில் முனைவோர் திறன்களையும் குணங்களையும் வழங்கியுள்ளன.

6. தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு திட்டங்கள் காரணமாக தொழில்முனைவோரின் கல்வி மற்றும் பயிற்சி பரவலாக உயர்ந்துள்ளது. இதன் விளைவாக அறிவு, கற்பனை சக்தி, தொலைநோக்கு பார்வை, தொழில்முனைவோரின் ஆபத்து எதிர்கொள்ளும் திறன் போன்றவை அதிகரித்துள்ளன.

7. நுனீ-களும் திட்ட வடிவமைப்பில் பங்களித்தன. வளங்கள் குறைவாக இருப்பதால் சரியான வகை திட்டத்தைத் தேர்ந்தெடுப்பது கடினமான பணியாகும். இத்தகைய சூழ்நிலைகளில் நுனீ-கள் மிகவும் பயனுள்ளதாக நிரூபிக்கப்பட்டுள்ளன.

8. கிராமங்கள் மற்றும் பின்தங்கிய பகுதிகளில் சிறு தொழில்களை நிறுவ மக்களை ஊக்குவிப்பதன் மூலம் சமநிலையான வட்டார / பிராந்திய வளர்ச்சிக்கு EDP-கள் உதவியுள்ளன.

9. நுனீ-யின் மற்றொரு முக்கியமான சாதனை, நுகர்வோருக்கு மலிவான மற்றும் தரமான தயாரிப்பு கிடைப்பதாகும். EDP-யின் புதிய முயற்சிகள் நிறுவப்பட்டுள்ளன. அவை புதிய தொழில்நுட்பம் மற்றும் நிபுணத்துவத்தைக் கொண்டுள்ளன, இதன் விளைவாக போட்டி அதிகரிக்கும்.

10. இந்தியாவில் நுனீ-யின் முயற்சியால் பல தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு நிறுவனங்கள் நிறுவப்பட்டுள்ளன. அவற்றில் முக்கியமானது மேலாண்மை மேம்பாட்டு நிறுவனம், தேசிய தொழில்முனைவோர் மற்றும் சிறு வணிக மேம்பாட்டு நிறுவனம் (NIESBUD), இந்திய தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு நிறுவனம் (EDII), தொழில்நுட்ப ஆலோசனை அமைப்பு (வுஊழு) போன்றவை.

குறிப்பு

13.5 இந்திய தொழில்முனைவில் நிதி நிறுவனங்களின் பங்கு (Role of Financial Institution in Indian Entrepreneurship)

மகாராஷ்டிரா மாநில நிதிக் கழகம் (MSFC) 'மாநில நிதிக் கழகத்தின் (SFCs) சட்டம் 1951'-ன் கீழ் அமைக்கப்பட்டுள்ளது. நிறுவனம் 1962 முதல் மகாராஷ்டிரா மாநிலத்திலும், 1964 முதல் கோவா மாநிலம் மற்றும் டியு டாமன் யூனியன் பிரதேசத்திலும் செயல்பட்டு வருகிறது. MSFC முக்கிய செயல்பாடு சிறு மற்றும் நடுத்தர தொழில்களுக்கு நிலம், கட்டிடம், ஆலை மற்றும் இயந்திரங்கள் (புதியவை, பழையவை) போன்ற நிலையான சொத்துக்களைப் பெறுவதற்கு கால கடன் உதவி வழங்குவதாகும். தொழில் நிறுவனங்களின் செயல்பாடுகளான - உற்பத்தி செய்தல், பாகங்களை ஒன்றாக இணைத்தல், சேவை, செயலாக்கம், பாதுகாத்தல், போக்குவரத்து, தொழில்துறை வளாகங்கள் அமைத்தல், சாலை கட்டுமானம் போன்றவை அடங்கும்.

எம்.எஸ்.எ.ஃ.ப்.சி (MSFC) நடத்தும் முக்கிய திட்டங்கள் - பொது கடன், உபகரண நிதி, மழலையர் காப்பகம், மருத்துவ பயிற்சியாளர்களுக்கான மின்-மருத்துவ உபகரணங்கள், தங்கும் விடுதிகள், உணவகங்கள் மற்றும் சுற்றுலா தொடர்பான செயல்பாடுகள், தகுதி வாய்ந்த வல்லுநர்கள், மஹிலா உத்யம் நிதி (Mahila Udyam Nidhi), தேசிய பங்கு நிதி, தொழில்நுட்ப மேம்பாடு மற்றும் நவீனமயமாக்கல் போன்றவை உள்ளடக்கியது ஆகும்.

வணிக வங்கிகள் தொழில்முனைவோரை ஆதரிக்கும் தொழிலில் குறிப்பிடத்தக்க வகையில் வங்கிகளை தேசியமயமாக்கிய பின்னரே வந்தன. வருங்கால தொழில்முனைவோருக்கு ஆலோசனை சேவைகளை வழங்க இந்திய வணிக வங்கிகள் ஒரு தொழில்முனைவோர் சேவை அழைப்பை நிறுவியுள்ளன. இந்த வங்கிகள் புதிய தொழில்முனைவோருக்கு நிறுவனத் தேர்வு, திட்ட அறிக்கை தயாரித்தல் மற்றும் மதிப்பீடு செய்தல், சந்தை ஆய்வு, வெவ்வேறு நிலைகளில் பயிற்சி, அரசாங்க அனுமதி பெறுதல், இயந்திரங்கள் மற்றும்

உபகரணங்களின் கொள்முதல் மற்றும் நிறுவனங்களின் தயாரிப்புகளை விற்பனை செய்தல் ஆகியவற்றில் உதவுகின்றன.

குறிப்பு

சிறிய அளவிலான தொழில்களுக்கு கடன் அளவை அதிகரிக்கும் நடவடிக்கைகளை தொடங்க ரிசர்வ் வங்கி(RBI) வணிக வங்கிகளுக்கு அறிவுறுத்தியது. ஒரு வங்கி ஒரு தொழில்முனைவோருக்கு கடன் வழங்க முடியும். இது பணத்தை விட அதிக கொள்முதல் சக்தியுடன் தொடங்க தொழில்முனைவோருக்கு அனுமதிக்கிறது. ஸ்டேட் பாங்க் ஆப் இந்தியா (SBI) தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு திட்டத்தை அறிமுகப்படுத்தியது. ஸ்டேட் பாங்க் ஆப் இந்தியா தொழில்நுட்ப தகுதி வாய்ந்த அல்லது பயிற்சி பெற்ற தொழில்முனைவோருக்கு நிதி உதவி வழங்கும் திட்டத்தை செயல்படுத்தியது. எஸ்பிஐ (SBI) தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டிற்காக ஆராய்ச்சி மற்றும் மேம்பாட்டு நிதியை அமைத்துள்ளது. பெரிய இயந்திரங்களை வாங்குவதற்காக ஒத்திவைக்கப்பட்ட கட்டண உத்தரவாத திட்டத்தை எஸ்பிஐ அறிமுகப்படுத்தியது. எஸ்பிஐ தனது திட்டத்தின் மூலம் நிதி மற்றும் நிதி அல்லாத வசதிகளை வழங்கியது. SBI தொழில்முனைவோருக்கு பணி மூலதனத்தை வழங்குகிறது. இந்த திட்டம் மூன்று கட்டங்களைக் கொண்ட ஒரு மாத கால அளவைக் கொண்டிருந்தது.

தொடக்க நிலை: தொழில்முனைவோரின் வாய்ப்புகள் குறித்த விழிப்புணர்வை உருவாக்குதல்.

வளர்ச்சி நிலை: செயல் ஊக்கம் அளித்தல் மற்றும் நிர்வாகத்தை வளர்ப்பதற்கான பயிற்சி

திறன் ஆதரவு நிலை: நிறுவனங்களை உருவாக்குவதற்கும் நடத்துவதற்கும் ஆலோசனை, ஊக்கம் மற்றும் உள்கட்டமைப்பு ஆதரவு.

13.6 இந்தியாவின் நிதி நிறுவனங்கள்

ஒரு நிறுவனத்தின் அத்தியாவசிய விநியோகங்களில் நிதியும் ஒன்றாகும். போதுமான நிதி இல்லாமல், எந்த வணிகத்தையும் உருவாக்க முடியாது. இந்தியாவில், மத்திய மற்றும் மாநில அரசுகள் மாநிலத்தில் தொழில்துறை வளர்ச்சியைக் கொண்டுவர பல நிதி

குறிப்பு

நிறுவனங்களை ஊக்குவித்து வருகின்றன. மத்திய மற்றும் மாநில அரசால் அமைக்கப்பட்ட பல நிறுவனங்கள் தொழில்முனைவோர் நடவடிக்கைகளுக்கு பல்வேறு வழிகளில் உதவுகின்றன. நடவடிக்கைகள் பரந்த அளவிலான சேவைகளை உள்ளடக்குகின்றன, அதாவது நிதி, தொழில்நுட்ப வழிகாட்டுதல், உபகரணங்கள் வழங்குதல், பயிற்சி, சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் மானியங்களை வழங்குதல்.

நிதி நிறுவனங்கள் புதிய தொழில்முனைவோருக்கான பல்வேறு வகையான விளம்பர நடத்தைகள், சிறு மற்றும் நடுத்தர நிறுவனங்களுக்கான ஆலோசனை சேவைகள் மற்றும் தேவைப்படுபவர்களின் நிதி மேம்பாட்டிற்காக அங்கீகாரம் பெற்ற தன்னார்வ நிறுவனங்களுக்காக வடிவமைக்கப்பட்ட திட்டங்கள் ஆகியவற்றை உருவாக்கியுள்ளன. தொழில்முனைவோர் மேம்பாடு மற்றும் சுய வேலைவாய்ப்பு ஆகியவை இதில் அடங்கும். நிலம், கட்டிடம், இடம் மற்றும் இயந்திரங்கள் போன்ற நிலையான சொத்துக்களைப் பெறுவதற்கு சிறு மற்றும் நடுத்தர தொழில்களுக்கு முக்கியமாக கடன் உதவி என்ற காலத்தை வழங்குவதே நிதி நிறுவனங்களின் முக்கிய செயல்பாடு. விரிவாக்கம், பல்வகைப்படுத்தல், தொழில்நுட்ப மேம்பாடு, வணிக விரிவாக்கம் ஆகியவற்றிற்கும் கடன்கள் நீட்டிக்கப்படுகின்றன. மேற்கூறிய நன்மைகள் பின்வரும் நிறுவனங்களால் வழங்கப்படுகின்றன.

1. இந்திய தொழில்துறை வளர்ச்சி ∴ மேம்பாட்டு வங்கி (IDBI)
2. வேளாண்மை மற்றும் ஊரக வளர்ச்சிக்கான தேசிய வங்கி (NABARD)
3. இந்திய ஏற்றுமதி வங்கி (EXIM Bank of India)
4. இந்தியாவின் சிறிய தொழில்துறை வளர்ச்சி ∴மேம்பாட்டு வங்கி (SIDBI)
5. இந்திய தொழில்துறை முதலீட்டு வங்கி (IIBI)
6. இந்திய தொழில்துறை நிதி நிறுவனம் (IFCI)
7. இந்திய தொழில்துறை கடன் மற்றும் முதலீட்டுக் கழகம் (ICICI)
8. இந்திய தொழில்துறை புனரமைப்பு வங்கி (IRBI)

9. இந்திய வங்கி முறை மற்றும் வணிக வங்கிகள்

10. மாநில நிதி நிறுவனங்கள் (SFCs)

11. இந்திய ஆயுள் காப்பீட்டு நிறுவனம் (LIC)

12. யூனிட் டிரஸ்ட் ஆ.்.ப் இந்தியா (UTI)

13.7 தொழில்முனைவோருக்கு வங்கி நிதி

(i) நிதி இயக்கத்தொடக்கம் (Financial Bootstrapping)

நிதி இயக்கத்தொடக்கம் என்பது வெளிப்புற முதலீட்டாளர்களின் நிதி ஆதாரங்களைப் பயன்படுத்துவதைத் தவிர்ப்பதற்கான வெவ்வேறு முறைகளை மறைக்கப் பயன்படும் சொல். இது நிறுவனர்களுக்கான அபாயங்களை உள்ளடக்கியது, ஆனால் வெளியரங்கமாக உருவாக்க அதிக சுதந்திரத்தை அனுமதிக்கிறது. உரிமையாளர் நிதியளிப்பு, பணியாளர் பங்குமுதல் , செலுத்த வேண்டிய கணக்குகளை குறைத்தல், கூட்டு பயன்பாடு, சரக்குகளை குறைத்தல், பணம் செலுத்துவதில் தாமதம், மானிய நிதி மற்றும் தனிப்பட்ட கடன் ஆகியவை பல்வேறு வகையான நிதி இயக்கத்தொடக்கம் அடங்கும்.

(ii) வெளிப்புற நிதி

உரிமையாளர்களுக்கு வழங்குவதை விட வணிகங்களுக்கு பெரும்பாலும் அதிக மூலதனம் தேவைப்படுகிறது. எனவே, அவை வெளிப்புற முதலீட்டாளர்களிடமிருந்து நிதியுதவி பெறுகின்றன: ஏஞ்சல் முதலீடு, துணிவான மூலதனம், அத்துடன் குறைவான பங்கு நிதி, இடர் மேலாண்மை நிதிகள் மற்றும் மாற்று சொத்து மேலாண்மை. ஒரு தனியார் நிறுவனத்தில் சமபங்கு வைத்திருப்பது பொதுவாக தனியார் சமபங்கு என்ற வார்த்தையின் கீழ் தொகுக்கப்படலாம். பாரம்பரிய துறைகள் மற்றும் தொழில்களில் வளர்ச்சி, வாங்குதல் அல்லது திருப்புமுனை முதலீடுகளை விவரிக்க இந்த சொல் பெரும்பாலும் பயன்படுத்தப்படுகிறது.

குறிப்பு

(iii) ஏஞ்சல் வணிகம்

ஏஞ்சல் வணிகம் என்பது ஒரு தனியார் முதலீட்டாளர், அவர் தனது சொந்த செல்வத்தின் ஒரு பகுதியை ஆரம்ப கட்ட புது நிறுவனங்களில் முதலீடு செய்கிறார். ஏஞ்சல் முதலீடு மூன்று மடங்கு இடர் மேலாண்மை மூலதனமாக இருக்கும் என்று மதிப்பிடப்பட்டுள்ளது. பில் ஹெவ்லெட் மற்றும் பிரெட் பேக்கார்ட் ஆகியோரின் முயற்சியைத் தொடங்க உதவுவதற்காக $500 முதலீடு செய்த 'சிலிக்கான் பள்ளத்தாக்கின் தந்தை" (வில்லியம் ஷாக்லியுடன் சேர்ந்து) என்று பரவலாகப் புகழ் பெற்ற ஃபிரடெரிக் டெர்மானின் தொடக்கங்களைக் காணலாம்.

(iv) இடர் மேலாண்மை மூலதனம்

இடர் மேலாண்மை மூலதனம் என்பது பெருநிறுவன நிதியுதவியின் ஒரு வழியாகும். இதன் மூலம் ஒரு நிதி முதலீட்டாளர் ஒரு புதிய அல்லது வளரும் தனியார் நிறுவனத்தின் மூலதனத்தில் பணம் மற்றும் செயல்பாட்டு ஆலோசனைகளுக்கு ஈடாக பங்கேற்கிறார். துணிகர மூலதன முதலீட்டாளர்கள் குறைந்த அந்நிய திறன் மற்றும் அதிக செயல்திறன் கொண்ட நிர்வாக குழுக்கள் கொண்ட வேகமாக வளர்ந்து வரும் நிறுவனங்களைத் தேடுகிறார்கள். நிறுவனத்தின் முக்கிய பங்கை நடுத்தர காலத்திற்கு விற்பனை செய்வதன் மூலம் லாபம் ஈட்டுவதே அவர்களின் முக்கிய நோக்கம். இளம் முயற்சிகளில் முதலீடு செய்வதற்கான அதிகரித்த அபாயத்தை ஈடுசெய்ய சந்தையை விட அதிக லாபம் கிடைக்கும் என்று அவர்கள் எதிர்பார்க்கிறார்கள்.

ஏஞ்சல் வணிகங்களுக்கும் இடர் மேலாண்மை மூலதனத்திற்கும் இடையிலான முக்கிய வேறுபாடுகள்:

- சொந்த பணம் (BA) vs. மற்ற மக்கள் பணம் (VC)
- வேடிக்கை + லாபம் vs. லாபம்
- குறைந்த vs. அதிக எதிர்பார்க்கப்படும் IRR
- மிக ஆரம்ப கட்டம் vs. தொடக்கம் அல்லது வளர்ச்சி நிலை
- நீண்ட முதலீட்டு காலம் vs. குறுகிய முதலீடு வகை

குறிப்பு

(v) பங்கு வாங்குதல்

பங்கு வாங்குதல் என்பது ஒரு நிறுவனத்தின் உரிமையை மாற்றுவது அல்லது ஒரு நிறுவனத்தின் உரிமையை பல்வேறு வழிகளில் மாற்றுவதற்கு பயன்படுத்தப்படும் பெருநிறுவன நிதிகளின் வடிவங்கள். ஒரு பொது நிறுவனம் சில ஒழுங்குமுறை மற்றும் பிற சுமைகளிலிருந்து விடுவிக்கப்பட்டவுடன், அது தனியார் நிறுவனமாக மாறிவிடுகிறது. பங்கு வாங்குதலின் மைய குறிக்கோள், இந்த மதிப்பை உருவாக்குவதற்கான வழிகளைக் கண்டுபிடிப்பதாகும். இது நிறுவனத்தின் பணியை மறுபரிசீலனை செய்வது, அசையும் சொத்துக்களை விற்பது, தயாரிப்பு வரிகளை புதுப்பித்தல், செயல்முறைகளை ஒழுங்குபடுத்துதல் மற்றும் இருக்கும் நிர்வாகத்தை மாற்றுவது ஆகியவை அடங்கும். நிலையான, பெரிய பணப்புழக்கங்கள், நிறுவப்பட்ட பிராண்டுகள் மற்றும் மிதமான வளர்ச்சி கொண்ட நிறுவனங்கள் ஆகியவை வாங்குதலின் பொதுவான இலக்குகள் ஆகும்.

பங்கு வாங்குதல்களில் பல வேறுபாடுகள் உள்ளன:

அந்நிய பங்கு கொள்முதல் (LBO): கடன் மற்றும் பங்கு நிதி ஆகியவற்றின் கலவையாகும். நிறுவனத்தின் இருப்புநிலைக்கு கணிசமான அளவு கடனை சேர்ப்பதன் மூலம் மறைக்கப்பட்ட மதிப்பைக் கணிப்பதே இதன் நோக்கம்.

மேலாண்மை பங்கு வாங்குதல் (MBO), மேலாண்மையால் வாங்குதல் (MBI) மற்றும் மேலாண்மை பங்கு வாங்குவதை வாங்குதல் (BIMBO): தனியார் சமபங்கு ஒரு நிர்வாகக் குழுவின் ஆதரவாளராகிறது, இது ஒரு வணிக வாய்ப்பை குழுவின் சொத்திற்கு மேலான விலையுடன் அடையாளம் கண்டுள்ளது. வேறுபாடு வாங்குபவரின் நிலையில் உள்ளது: மேலாண்மை ஏற்கனவே நிறுவனத்திற்காக (MBO) வேலை செய்கிறது, மேலாண்மை புதிய (MBI) அல்லது ஒரு சேர்க்கையாக உள்ளது (BIMBO).

வாங்கி உருவாக்குதல் (B&B): ஒரு தலைவரை உருவாக்கும் நோக்கத்துடன் பல சிறு நிறுவனங்களை கையகப்படுத்துதல் (சூப்பர்

மார்க்கெட்டுகள், ஜிம்கள், பள்ளிகள், தனியார் மருத்துவமனைகள் போன்ற மிகவும் வெவ்வேறான துறைகள்).

குறிப்பு

மறுபரிசீலனை: அதன் LBO கடனின் பெரும்பகுதியை திருப்பிச் செலுத்திய ஒரு நிறுவனத்தின் மறு-அந்நியப்படுத்தல்.

இரண்டாம் நிலை வாங்குதல் (SBO): LBO-நிறுவனத்தை மற்றொரு தனியார் பங்கு நிறுவனத்திற்கு விற்பனை செய்தல்.

பொதுத்துறை-லிருந்து-தனியார் துறை (P2P, PTOP): சந்தையால் "புறக்கணிக்கப்பட்" பொது நிறுவனத்தை கையகப்படுத்துதல், அதாவது அதன் விலை உண்மையான மதிப்பை பிரதிபலிக்காது.

13.8 நிதித் திட்டமிடல்

அ. முக்கிய தொழில்முனைவோர் நிதித் திட்டமிடல் முக்கியத்துவம்

நிதித் திட்டமிடல் தொழில்முனைவோருக்கு தங்கள் முயற்சியைத் தொடங்க தேவையான பணத்தின் அளவையும் நேரத்தையும் மதிப்பிட அனுமதிக்கிறது.

ஒரு தொழில்முனைவோரின் முக்கிய கேள்விகள்:

- இந்தத் தொழிலில் நேரத்தையும் பணத்தையும் முதலீடு செய்யலாமா?
- பண செலவு வீதம் என்றால் என்ன?
- வெளிப்புற முதலீட்டாளர்கள் இணைவதைக் குறைப்பது எப்படி?
- நடப்பு பகுப்பாய்வு மற்றும் எதிர்பாரா திட்டம்?

ஒரு தொடக்க நிறுவனத்தின் தலைமை நிதி அதிகாரி (CFO) தொழில் முனைவோர் நிதித் திட்டத்தின் முக்கிய பங்கை ஏற்றுக்கொள்கிறார். நிறுவப்பட்ட நிறுவனங்களுக்கு மாறாக, தொடக்க சி.எ.ஃப்.ஓ (CFO) மிகவும் செயலுள்ள பாத்திரத்தை வகிக்கிறது மற்றும் கொடுக்கப்பட்ட பண ஆதாரங்களைக் கொண்ட மைல்கற்கள், அவற்றின் நிறைவைப் பொறுத்து மதிப்பீட்டில் ஏற்படும் மாற்றங்கள், மைல்கற்களை சந்திக்காத அபாயங்கள் மற்றும் சாத்தியமான முடிவுகள் மற்றும் மாற்று உத்திகள் ஆகியவற்றில் கவனம் செலுத்துகிறது.

ஆ. இந்தியாவில் உள்ள சிறு வணிக தொழில்முனைவோருக்கு எளிதான கடன்களை வழங்கும் ஐந்து வங்கிகள்

சிறு வணிகங்கள் மற்றும் எம்.எஸ்.எம்.இ-கள் (MSMEs) இந்திய பொருளாதாரத்தின் முதுகெலும்பாக அமைகின்றன, மேலும் இந்தியாவின் வேலையின்மை நெருக்கடியைத் தீர்ப்பதற்கான திறவுகோலைக் கொண்டிருக்கக்கூடும். செயல்பாடுகளைத் தக்கவைத்து இறுதியில் விரிவாக்க, இந்த சிறு வணிகங்களுக்கு அதிக அளவு மூலதனம் தேவைப்படுகிறது. இருப்பினும், இந்தத் துறை ஒரு மூலதன நெருக்கடியை எதிர்கொள்கிறது. குறைந்த கடனுக்கான அணுகல் பற்றாக்குறை உள்ளது. இந்தியாவின் சில சிறந்த வங்கிகள் மற்றும் சிறு வணிகங்களுக்கான நிதித் திட்டங்கள் இங்கே கொடுக்கப்பட்டுள்ளன.

(i) பாங்க் ஆப் பரோடா

பாங்க் ஆப் பரோடா 1908இல் தொடங்கப்பட்டது. இது ஒரு பொதுத்துறை வங்கி. செயல்பாட்டு மூலதன தேவைகளுக்கு நிதியளிப்பதற்கான ஒரு முக்கிய நிறுவனம் பாங்க் ஆப் பரோடா. எஸ்.எம்.இயின் (SME) ஒழுங்குமுறை வரையறைக்கு வெளியே உள்ளவை, ஆனால் ரூ.150 கோடி வரை வருட வருவாய் உள்ளது. அத்துடன் புதிய உள்கட்டமைப்பு மற்றும் ரியல் எஸ்டேட் திட்டங்கள் உட்பட அனைத்து வணிக நிறுவனங்களுக்கும் பாங்க் ஆப் பரோடா திட்டங்கள் உள்ளன. அங்கு திட்ட செலவு ரூ.50 கோடி வரை இருக்கும். SME பிரிவின் ஒரு பகுதியாக வங்கி அவற்றை நடத்துகிறது.

(ii) எஸ் (YES) சமிர்தி

இதன் கீழ், அதிகபட்ச கடன் தொகையாக ரூ.4 கோடி, மற்றும் டிபி (DP) இணைக்கப்படாத ஓடி (OD) ரூ.2 கோடி வரை பெறலாம். இது வழக்கமாக ரொக்க கடன், ஓவர் டிரா.ஃப்ட், பணி மூலதன தேவை கடன், கால கடன், டிராப் லைன் ஓடி, ஏற்றுமதி கடன் போன்ற நிதி அடிப்படையிலான கடன் வடிவத்தில் உள்ளது. இது கடன் அல்லாத கடன் போன்றும், நிதி அல்லாத வடிவத்திலும், வாங்குபவர்களின் கடன், வங்கி உத்தரவாதக் கடன் என பெறலாம். கடன்

அளவுருவாக்கப்பட்டுள்ளது, உள்;ர் கடன் பிரதிநிதி ஒப்புதலுடன், விரைவு வழி அனுமதி வழங்கும் முறை உருவாக்கப்பட்டு, வழங்கப்படுகிறது.

குறிப்பு

(iii) எச்.டி.எ.ஃ.ப்.சி (HDFC) வங்கி

எச்.டி.எ.ஃ.ப்.சி வங்கி இந்தியாவின் மிகப்பெரிய தனியார் துறை கடன் வழங்கும் வங்கி ஆகும். எச்.டி.எ.ஃ.ப்.சி வங்கியின் தலைமையகம் மும்பை, மகாராஷ்டிராவில் உள்ளது. எச்.டி.எ.ஃ.ப்.சி வங்கி சிறு வணிகங்களுக்கு செயல்பாட்டு மூலதன கடன்கள், வணிக கடன்கள் மற்றும் கால கடன்கள் மூலம் நிதி உதவி வழங்குகிறது.

(iv) பாங்க் ஆப் இந்தியா

பாங்க் ஆப் இந்தியா 1906இல் தொடங்கப்பட்டது. இது 1969 முதல் அரசுடைமையாக்கப்பட்டது. இது ஸ்டார் எம்எஸ்எம்இ இ-ரிக்ஷா, ஸ்டார் எம்எஸ்எம்இ ஜிஎஸ்டி பிளஸ் திட்டம், ஸ்டார் வீவர் முத்ரா திட்டம், ஸ்டார் எஸ்எம்இ, எஜுகேஷன் பிளஸ், ஸ்டார் ஸ்டார்ட் அப் ஸ்கீம் பிஓஐ, ஸ்டார் டாக்டர்ஸ் பிளஸ், மற்றும் டிஆர்இடிஸ் (Star MSME E-Rickshaw, Star MSME GST Plus Scheme, Star Weaver MUDRA Scheme, Star SME, Education Plus, Star Start Up Scheme BOI, Star Doctors Plus, and TReDs) போன்ற குறிப்பிட்ட திட்டங்களின் கீழ் சிறு வணிகங்களுக்கு நிதி உதவி வழங்குகிறது. இது ஸ்டார் SME வியாபார ஒப்பந்ததாரர் கோட்டின் கீழ் சிறு வணிக கடன் திட்டங்களையும் கொண்டுள்ளது. மேலும் பல நிறுவனங்கள் அவற்றில் சில ஸ்டார் வியாபார ஆட்டோ எக்ஸ்பிரஸ், ஸ்டார் வியாபார கல்வி பிளஸ், ஸ்டார் வியாபார திரவ பிளஸ் SRTO, ஸ்டார் லகு உத்யமி சாம்காட் கடன், தொழில்நுட்ப உயர்தர நிதியம் திட்டம், பிரதான் மந்திரி கடன் திட்டம், PMMY, ஸ்டாண்ட் அப் இந்தியா, பிஎம்இஜிபி (PMEGP), என்யூஎல்எம் (NULM), நெசவாளர்கள் முத்ரா திட்டம் மற்றும் வட்டார நிதியளிப்பு ஆகியவை அடங்கும்.

குறிப்பு

(v) கார்ப்பரேஷன் வங்கி

கார்ப்பரேஷன் வங்கி மங்களூருவை தலைமையிடமாகக் கொண்டுள்ளது, இது ஒரு பொதுத்துறை வங்கி நிறுவனமாகும். கார்ப்பரேஷன் வங்கி நாடு முழுவதும் உள்ள அதன் கிளைகள் மூலம் சிறு வணிக தொழில்முனைவோருக்கான விரிவான புதுமையான மற்றும் வணிக நட்பு வங்கி தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளை வழங்குகிறது. அவை கார்ப் எஸ்எம்இ டெக்ஸ் பிளஸ் திட்டம், கார்ப் எஸ்எம்இ ஆட்டோ பிளஸ் திட்டம், கார்ப் கோல்ட் கார்டு திட்டம், கார்ப் எஸ்எம்இ கிரெடிட் கார்டு பெறத்தக்க நிதி திட்டம், கார்ப் எஸ்எம்இ பெறத்தக்க நிதி, கார்ப் எஸ்எம்இ கால பிளஸ் திட்டம், கார்ப் எஸ்எம்இ திரவ பிளஸ் திட்டம், கார்ப் பிணைய இலவச கடன் திட்டம் சிஜிடிஎம்எஸ்இ (CGTMSE), கார்ப் வணிக வாகன கடன் திட்டம் மற்றும் கார்ப் கைவினைஞர்களின் கடன் அட்டை ஆகியவற்றின் கீழ் நிதி வழங்குகிறது. கார்ப் வீவர்ஸ் கிரெடிட் கார்டு, கிரெடிட் இணைக்கப்பட்ட, மூலதன மானியத் திட்டம் (CLCSS), டெக்னாலஜி அப் கிரேடேஷன் ஃபண்ட் ஸ்கீம் (TUFS), கார்ப் டிம்பர் டிரேடர்ஸ் லோன், பிரதமரின் வேலைவாய்ப்பு உருவாக்கும் திட்டம் (PMEGP), கார்ப் வனிதா உத்யோக் திட்டம் (CVUS), மற்றும் கார்ப் தங்க வணிக கடன் ஆகியவை உள்ளடங்கும்.

13.9 நிதி நிறுவன வளர்ச்சியின் பங்கு

மேம்பாட்டு நிதி நிறுவனம் (DFI) என்பது மேம்பாட்டு வங்கி என்றும் அழைக்கப்படுகிறது. நிதி மேம்பாட்டு நிறுவனம் (DFC) என்பது ஒரு நிதி நிறுவனமாகும், இது பொருளாதார மேம்பாட்டு திட்டங்களுக்கு வர்த்தகம் அல்லாத அடிப்படையில் ஆபத்து மூலதனத்தை வழங்குகிறது. வணிக கடன் வழங்குநர்களிடமிருந்து நிதியைப் பெற முடியாத திட்டங்களுக்கு நிதி வழங்குவதற்காக அவை பெரும்பாலும் அரசாங்கங்கள் அல்லது தொண்டு நிறுவனங்களால் நிறுவப்பட்டு சொந்தமாக்கப்பட்டவை. சில அபிவிருத்தி வங்கிகளில் சமூக பொறுப்புள்ள முதலீடு மற்றும் முதலீட்டு அளவுகோல்கள் அவற்றின்

குறிப்பு

கட்டளைகளில் அடங்கும். அரசாங்கங்கள் பெரும்பாலும் அபிவிருத்தி வங்கிகளைப் பயன்படுத்தி அவற்றின் வளர்ச்சிக்குத் தேவையான உதவி அல்லது பொருளாதார மேம்பாட்டு முயற்சிகளை மேற்கொள்கின்றன.

டி.எ.ஃப்.ஐ.களில் (DFIs) பலதரப்பட்ட மேம்பாட்டு வங்கிகள், தேசிய மேம்பாட்டு வங்கிகள், இருதரப்பு மேம்பாட்டு வங்கிகள், நுண் நிதி நிறுவனங்கள், சமூக மேம்பாட்டு நிதி நிறுவனம் மற்றும் சுழலும் கடன் நிதிகள் ஆகியவை அடங்கும். வளரும் நாடுகளில் தனியார் துறை முதலீடுகளுக்கு அதிக இடர் கடன்கள், பங்கு நிலைகள் மற்றும் இடர் உத்தரவாத கருவிகள் வடிவில் கடன் வழங்குவதில் இந்த நிறுவனங்கள் முக்கிய பங்கு வகிக்கின்றன.

2005ஆம் ஆண்டில், முக்கிய பிராந்திய, பலதரப்பு மற்றும் இருதரப்பு டி.எ.ஃப்.ஐ.க்களின் (DFIs) மொத்த கடமைகள் (கடன்கள், பங்கு, உத்தரவாதங்கள் மற்றும் கடன் பத்திரங்கள்) மொத்தம் 45 பில்லியன் அமெரிக்க டாலர்கள் (இதில் 21.3 பில்லியன் அமெரிக்க டாலர்கள் தனியார் துறைக்கு ஆதரவளித்தன). வளர்ச்சியை ஊக்குவிக்கும் முதலீடுகளுக்காகவும், குறிப்பாக சந்தையில் பல்வேறு கட்டுப்பாடுகளைக் கொண்ட நாடுகளில் முதலீடு செய்ய நிறுவனங்களுக்கு உதவுவதற்காகவும் டி.எ.ஃப்.ஐக்கள் (DFIs) பெரும்பாலும் தனியார் துறைக்கு நிதி வழங்குகின்றன.

பின்வருவன அபிவிருத்தி வங்கிகளில் அடங்கும்:

அமெரிக்காவில் குறைந்த வருமானம் உள்ள பகுதிகளுக்கு நிதியளிக்கும் சமூக மேம்பாட்டு வங்கிகள்

சர்வதேச நிதி நிறுவனங்கள் இருதரப்பு அல்லது பலதரப்பு அடிப்படையில் வளர்ச்சி சார்ந்த நிதிகளை நடத்துகின்றன

தேசிய மேம்பாட்டு வங்கிகள் பொருளாதார அபிவிருத்திக்கு நிதியுதவி வழங்கும் அரசாங்கத்திற்கு சொந்தமான நிதி நிறுவனம் ஆகும்.

பலதரப்பு மேம்பாட்டு வங்கி என்பது ஒன்றுசேர்ந்த நாடுகளால் அமைக்கப்பட்ட அபிவிருத்தி வங்கிகள் மற்றும் பெரும்பாலும் சர்வதேச சட்டங்களின் கீழ் செயல்படுகிறது.

13.10 பொருளாதார வளர்ச்சியில் வெற்றிக்கான எழுச்சி தொடர்பான தொழில்முனைவோரின் செயல்பாடுகள்

குறிப்பு

தொழில் முனைவோர் திறமையில்லாமல் இருந்தால், நிலம், உழைப்பு மற்றும் மூலதனம் போன்ற அனைத்து வளங்களும் பயன்படுத்தப்படாமல் இருக்கும். அவர்கள் தயாரிப்புகளை கண்டுபிடிப்பதில்லை அல்லது புத்தாக்கம் செய்யவது இல்லை. உற்பத்தி எந்திரத்தை அமைப்பதன் மூலம் அறிவியல் மற்றும் தொழில்நுட்பத்தின் முன்னேற்றங்களை வணிக ரீதியாக சுரண்டுவதால், அவர்களின் பங்கு மற்ற வளங்களில் உற்பத்தி மற்றும் பயனுள்ளதாக ஆக்குகிறது. தொழில் முனைவோா் தலையீடு இல்லாதிருந்தால், ஒவ்வொரு தாவரமும் ஒரு களைகளாகவும், ஒவ்வொரு கனிமமும் ஒரு பாறையாகவும் இருக்கும் என்று கூறப்படுகிறது.

1. மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தியில் பங்களிப்பு: மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தி என்பது பொருளாதார வளர்ச்சியின் பொதுவான வரையறை ஆகும். எனவே, தொழில்முனைவோர் விவசாயம், உற்பத்தி அல்லது சேவைகளாக இருந்தாலும் உற்பத்தி அமைப்பின் மூலம் வருமானத்தை ஈட்டுகிறார்கள். உற்பத்தி செய்யப்படும் வருமானம் நிலத்தின் வாடகை, உழைப்புக்கு ஊதியம் மற்றும் சம்பளம், மூலதன வட்டி மற்றும் மீதமுள்ள வருமானம் தொழில்முனைவோருக்கு இலாப வடிவில் சம்பாதிக்கும் காரணிகளில் விநியோகிக்கப்படுகிறது. தொழில் முனைவோரின் மிகப்பெரிய பங்களிப்பு மூலதன உருவாக்கம் மற்றும் வேலைவாய்ப்பு உருவாக்கம் ஆகியவற்றில் உள்ளது.
2. மூலதன உருவாக்கம்: தொழில்முனைவோரின் முடிவு, ஒரு முதலீட்டு முடிவாகும். இது பொருளாதாரத்தின் உற்பத்தி திறனை அதிகரிக்கிறது. எனவே மூலதன உருவாக்கம் ஏற்படுகிறது. உண்மையில், மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தியும் மூலதன உருவாக்கமும் மூலதன வெளியீட்டு விகிதம் (COR) வழியாக ஒருவருக்கொருவர் தொடர்புடையவை. மேலும் துல்லியமாக

குறிப்பு

அதிகரிக்கப்படும் மூலதன வெளியீட்டு விகிதம் (ஐ.சி.ஓ.ஆர்) (ICOR) இது மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தியில் ஒரு சதவீத அதிகரிப்பு பெற தேவையான மூலதன உருவாக்கத்தின் சதவீத அதிகரிப்பை அளவிடும். எனவே, ஒரு நாடு ஆண்டுக்கு 10.0 % வளர விரும்பினால் அதன் ICOR 2.6-ஆக இருக்கும். பின்னர் அது மூலதன உருவாக்கத்தை உறுதி செய்ய வேண்டும். தொழில்முனைவோர், தங்கள் சொந்த சேமிப்புகளில் ஆண்டுக்கு 26.0மூ முதலீடு செய்வதன் மூலமும், தங்கள் நண்பர்கள் மற்றும் உறவினர்களின் சேமிப்புகளை முறைசாரா முறையில் திரட்டுவதன் மூலமும் மூலதனத்தை உருவாக்கும் செயல்முறைக்கு பங்களிக்கின்றனர்.

3. வேலைவாய்ப்பு உருவாக்கம்: ஒவ்வொரு புதிய வணிகமும் வெவ்வேறு திறன்கள், ஆற்றல்கள் மற்றும் தகுதிகள் உள்ளவர்களுக்கு வேலைவாய்ப்பின் மூலமாகும். அத்தகைய தொழில்முனைவு வட்டி சம்பாதிக்க மூலதனம் இல்லாத அல்லது வாடகை சம்பாதிக்க, நிலம் இல்லாதவர்களுக்கு வாழ்வாதாரமாக அமைகிறது.

4. மற்றவர்களுக்கான வணிக வாய்ப்புகளை உருவாக்குதல்: ஒவ்வொரு புதிய வணிகமும் உள்ளீடுகளின் சப்ளையர்களுக்கு (இது பின்தங்கிய இணைப்புகள் என குறிப்பிடப்படுகிறது) மற்றும் வெளியீட்டின் சந்தைப்படுத்துபவர்களுக்கு (முன்னோக்கி இணைப்புகள் என குறிப்பிடப்படுகிறது) வாய்ப்புகளை உருவாக்குகிறது. ஒரு பேனா உற்பத்தியாளர் மீண்டும் நிரப்புதல் / மறு நிரப்புதல் உற்பத்தியாளர்களுக்கும், மொத்த விற்பனையாளர்கள் மற்றும் எழுதுபொருள் பொருட்களின் சில்லறை விற்பனையாளர்களுக்கும் வாய்ப்புகளை உருவாக்குவதைப் போன்றது. இந்த உடனடி இணைப்புகள் மேலும் இணைப்புகளைத் தூண்டுகின்றன. எடுத்துக்காட்டாக, மீண்டும் நிரப்புதல் / மறு நிரப்புதல் உற்பத்தியாளர்களுக்கான அதிக வாய்ப்புகள் மை உற்பத்தியாளர்களின் வணிக விரிவாக்கத்தை குறிக்கும். பொதுவாக, போக்குவரத்து, விளம்பரதாரர்கள் மற்றும் பலவற்றிற்கு அதிக வாய்ப்புகள் உள்ளன.

குறிப்பு

5. பொருளாதார செயல்திறனில் முன்னேற்றம்: செயல்திறன் என்பது ஒரே உள்ளீட்டிலிருந்து அதிக வெளியீட்டைக் கொண்டிருப்பதாகும். தொழில்முனைவோர் பொருளாதார செயல்திறனை மேம்படுத்துகிறார்கள். அதாவது தொழிலாளர்-மூலதன விகிதங்களை மாற்றுவதன் மூலம், (அ) செயல்முறைகளை மேம்படுத்துதல், கழிவுகளை குறைத்தல், உற்பத்தி / மகசூல் அதிகரித்தல் மற்றும், (ஆ) தொழில்நுட்ப முன்னேற்றத்தைக் கொண்டு வருதல் ஆகும்.

6. பொருளாதார நடவடிக்கைகளின் தோற்றம் மற்றும் நோக்கத்தை அதிகரித்தல்: வளர்ச்சி / அபிவிருத்தி என்பது வெறுமனே தற்போதுள்ளதை விட 'மேன்மையானது' மற்றும் 'சிறந்தது' என்று அர்த்தமல்ல வளர்ச்சியடையாத நாடுகளின் தேவை மற்றும் அளிப்பு போன்றவற்றில் சாதகமற்ற சூழல் மற்றும் மீள முடியாத சுழற்சிகளில் சிக்குகின்றன. தொழில்முனைவோர் இந்த மீள முடியாத சுழற்சிகளில் ஊடுருவி உடைக்கிறார்கள். எடுத்துக்காட்டாக, ஏற்றுமதிக்கான உள்நாட்டு உற்பத்தியை ஒழுங்கமைத்து நோக்குநிலைப்படுத்துவதன் மூலம் ஆகும். எனவே, உற்பத்தி(அதன் மூலம் வருமானத்தை உருவாக்குதல்) உள்நாட்டு தேவையின் பூர்த்தி செய்ய போதுமான அளவு இல்லை மற்றும் கட்டுப்படுத்தப்படவில்லை. (தேவைக்கேற்ற மீள முடியாத சுழற்சி). எடுத்துக்காட்டாக, ஏற்றுமதிக்கான உள்நாட்டு உற்பத்தியை ஒழுங்கமைத்து நோக்குநிலைப்படுத்துவதன் மூலம். எனவே, உள்நாட்டு தேவையின் உற்பத்தி (மற்றும் அதன் மூலம் வருமானத்தை உருவாக்குதல்) கட்டுப்படுத்தப்படவில்லை. (தேவைக்கேற்ற மீள முடியாத சுழற்சி). இன்றைய சூழலில், பல்வேறு தயாரிப்புகளுக்கான உலகளாவிய சந்தைகளுக்கான உற்பத்தி மையமாக இந்தியா தயாராக உள்ளது. உள்நாட்டு அல்லது வெளிநாடுகளில் உள்ள தேவையை பூர்த்தி செய்யும் திறன் இல்லாததால் அளிப்பு பக்க அழுத்தங்களால் பொருளாதார வளர்ச்சி கட்டுப்படுத்தப்படுகிறது. ஒரு நாட்டின் உற்பத்தித் திறனை அதிகரிக்க தொழில்முனைவோர் உளளூர் மற்றும் வெளிநாட்டு வளங்களை திரட்டுகிறார்கள்.

குறிப்பு

7. உள்;ர் சமூகங்கள் மீதான தாக்கம்: தொழில்முனைவு, அதன் இயற்கையான வாழ்விடத்தில், ஒரு சிறந்த சமநிலை அடைய வேண்டும். சிறிய அளவிலான தொழில்முனைவோர் பெண்கள், (ளுஊஇ ளுவு யனெ முடீஊ) போன்ற பொருளாதாரத்தில் ஓரங்கட்டப்பட்ட(பின்தங்கிய) குழுக்களுக்கு அவர்களின் பொருளாதார கனவுகளைத் தொடர உதவுகிறது. கல்வித் தகுதிகளைப் பொறுத்தவரை நுழைவுத் தடைகள் இல்லாததால், அத்தகைய ஓரங்கட்டப்பட்ட(பின்தங்கிய) குழுக்களுக்கு தொழில்முனைவு என்பது இன்னும் கவர்ந்திழுக்கக்கூடிய ∴ கவர்ச்சிகரமான விருப்பம் தொழில் செய்வதாகும். தொழில்முனைவோர் என்பது அத்தகைய ஓரங்கட்டப்பட்ட(பின்தங்கிய) குழுக்களுக்கு இன்னும் கவர்ச்சிகரமான தொழில் செய்ய விருப்பமாகும். வேளாண் சார்ந்த கிராமப்புற தொழில்கள் மற்றும் கைவினை சார்ந்த குடிசைத் தொழில்கள் உள்;ர் சமூகங்களை சமூக-பொருளாதார வெற்றிக் கதைகளுக்கு உண்மையிலேயே ஈர்க்கும். ‘இந்தியாவின் தொழில்முனைவோர் தொகுப்பு குழு’ என்ற தலைப்பில், நிறுவனங்களுக்கு இடையேயான ஒத்துழைப்பு மற்றும் பொதுவான வசதிகளின் வளர்ச்சியை ஊக்குவிக்கும் நோக்கில் இந்த தொழில்முனைவோர் கூட்டம் உருவாக்குவதில் உள்;ர் அரசாங்கங்கள் ஒத்துழைப்பு வழங்குகின்றன.

13.11 உங்களுடைய முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்கவும்

1. தொழில்முனைவால் ஏற்படும் நன்மைகள் யாவை?
2. ஏதேனும் ஐந்து தேசிய அளவிலான நிறுவன வலையமைப்பைக் குறிப்பிடவும்?
3. நிலையான அமைப்பின் ஆலோசனை சேவைகளை விளக்கவும்?
4. பங்கு வாங்குதல் என்பதன் பொருள் என்ன?
5. எஸ் சம்ரிதி குறித்து சிறு குறிப்பு வரைக?

13.12 குறுகிய பதில்களுக்கான கேள்விகள்

குறிப்பு

1. EDII-ன் மாநில அளவிலான நிறுவனங்களைப் பற்றி குறிப்பிடுங்கள்.
2. பங்கு வாங்குதல் பற்றி ஒரு குறிப்பை எழுதுங்கள்.
3. EDII-ப் பற்றிய ஆறு மையங்கள் யாவை?
4. ஆலோசனை சேவைகளுக்கான தேவைகளை பட்டியலிடுங்கள்.
5. இழப்பீட்டுக் கைகாப்பு மூலதனம் என்றால் என்ன?
6. ஏஞ்சல் வணிகத்தை இழப்பீட்டுக் கைகாப்பு மூலதனத்திலிருந்து வேறுபடுத்துங்கள்.

13.13 நீண்ட பதில்களுக்கான கேள்விகள்

1. நிலையான அமைப்பின் பங்கை விளக்குங்கள்.
2. தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டுத் திட்டங்களின் அவசியத்தை விவரிக்கவும்.
3. இந்தியாவின் பொருளாதார வளர்ச்சியில் நிதி நிறுவனங்களின் பங்கை பகுப்பாய்வு செய்யுங்கள்.
4. இந்தியாவில் உள்ள சிறு வணிக தொழில்முனைவோருக்கு கடன் வழங்கும் ஐந்து வங்கிகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.
5. தொழில்முனைவோரின் செயல்பாடுகள் சிறு அளவிலான நிறுவனங்களின் வளர்ச்சிக்கு எவ்வாறு பங்களிக்கின்றன?

13.14 உங்களுடைய முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்கும் பதில்கள்

1. தொழில்முனைவோர் வளர்ச்சியில் புலப்படும் நன்மைகள்

அதிக வேலை வாய்ப்புகள்

சமூக- பொருளாதார முன்னேற்றம்

மக்களின் வாழ்க்கை முறையில் முன்னேற்றம்

எதிர்கால தலைமுறையினரை வேலைப் படைப்பாளர்களாக ஊக்குவிக்கிறது

சமநிலையான ஊரக வளர்ச்சி

உலகளாவிய போட்டித்தன்மையில் மேம்பாடு

குறிப்பு

நகர்ப்புறங்களை நோக்கி தொழிலாளர்கள் குடியேறுவதைத் தடுக்கும்

2. **BMOs - வணிக மேலாண்மை நிறுவனங்கள் தொழில்கள் சங்கங்கள்**

- **ED Cells** - தொழில் அபிவிருத்தி கலங்கள்
- **NGOs** - அரசு சாரா நிறுவனங்கள்
- **STEPs** - அறிவியல் மற்றும் தொழில்நுட்ப தொழில்முனைவோர் பூங்காக்கள்
- **NIESBUD** - தொழில் தேசிய நிறுவனம் மற்றும் சிறு தொழில் வளர்ச்சி, நோய்டா
- **NIMSME** - குறு, சிறு மற்றும் நடுத்தரத் தொழில் தேசிய நிறுவனம்
- **TBIs** - செயற்கைமுறை தொழில்நுட்ப வணிகம்
- **IIE** - இந்திய தொழில்முனைவு நிறுவனம், குவஹாத்தி

3. ஆலோசனை சேவைகளைப் பயன்படுத்துவதற்கு பல வழிகள் (காரணங்கள்) உள்ளன:

1. ஒரு குறிப்பிட்ட சிக்கலை சரிசெய்தல்

நிபுணர் ஆலோசனை மற்றும் / அல்லது பக்கச்சார்பற்ற உதவியின் தேவை பல்வேறு சூழ்நிலைகளில் எழுகிறது. ஆலோசகர் இந்த சிக்கலைத் தீர்ப்பதற்கு பங்களிக்கலாம் அல்லது சிக்கலைக் குறைக்கவும், வணிகத்தில் அதன் எதிர்மறையான தாக்கங்களை குறைக்கவும் முடியும்.

2. வாடிக்கையாளர் திறன்களைப் பெறுதல் அல்லது விரிவுபடுத்துதல்

ஒரு குறிப்பிட்ட சிக்கலைச் சமாளிக்க போதுமான நேரம் மற்றும் ஊழியர்கள் இல்லையென்றால் வாடிக்கையாளர்கள் பெரும்பாலும் ஆலோசகர்களிடம் திரும்புவர். அனுபவமின்மை, தகுதி இல்லாமை அல்லது பிற திட்டங்களில் சுறுசுறுப்பாக இருப்பதால் ஊழியர்கள் பிரச்சினையை தீர்க்க முடியாது. சேவை வழங்கப்பட்ட பின்னர் ஆலோசகர் வாடிக்கையாளரின் அமைப்பை விட்டு வெளியேறுகிறார்.

வாடிக்கையாளர்கள் ஆலோசகர்களிடம் திரும்பி அவர்களின் உதவியை நாடுகிறார்கள், இது ஒரு தற்காலிக அடிப்படையில் அமைந்துள்ளது. எனவே புதிய பணியாளர்களை நியமிப்பது அவசியமில்லை.

3. தகவல் பெறுதல்

வணிகங்கள் தங்களின் திறனால் முடிவெடுத்தல் அல்லது அவர்களின் சொந்த வணிக நடவடிக்கைகளுக்காக புதிய, புதுப்பித்த தகவல்களைப் பெற வேண்டும். ஆலோசகர் பின்னர் ஒரு தகவலறிந்தவரின் செயல்பாட்டைச் செய்கிறார். வாடிக்கையாளரின் தகவலும் வழங்கப்படுகிறது. ஆலோசகர் அவருடைய / அவளுடைய புள்ளிவிவரப் தளத்தில் இருக்கிறார் அல்லது கிடைக்கக்கூடிய ஆதாரங்கள் அல்லது வாடிக்கையாளருக்கு அணுக முடியாத வழிகளில் இருந்து அவர் / அவள் அதைப் பெறுகிறார்கள். ஆலோசகர் வாடிக்கையாளருக்கு இந்தத் தகவலைப் பெறுவது மட்டுமல்லாமல், அதைச் செயலாக்கி மதிப்பீடு செய்யலாம்.

4. புதிய யோசனைகளின் தேவை

எந்த நிர்வாகமும் பணியாளர்களும் எந்தளவு நெருக்கமாக இணைக்கப்பட்டுள்ளனர் என்பதில் நிறுவனத்திற்கு சிக்கல் உள்ளது. அவர்களால் ஒரு பயனுள்ள தீர்வைக் கண்டுபிடிக்க முடியவில்லை. அத்தகைய சிக்கலைத் தீர்க்க தொடர்புடைய திறன்களைக் கொண்ட வெளிப்புற ஆலோசகர்கள் உதவுகிறார்கள். வாடிக்கையாளரின் அமைப்பில் பின்வாங்காமல் இருப்பதன் மூலம், பிரச்சினையின் அனைத்து சூழ்நிலைகளையும் ஊடுருவி, அதன் இயல்பு மற்றும் காரணங்களைத் தீர்மானிக்கவும் தீர்வுகளை பரிந்துரைக்கவும் இது முன்நிபந்தனைகளைக் கொண்டுள்ளது.

5. ஒரு பாரபட்சமற்ற மற்றும் நடுநிலையான கருத்தின் தேவை

இந்த உண்மை முந்தைய சூழ்நிலையுடன் ஓரளவு தொடர்புடையது, ஆனால் இது ஒரு குறிப்பிட்ட நிறுவனத்தின் கொள்கையை குறிக்கிறது. எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு நிறுவனத்தின் நிர்வாகம் அதன் சொந்த ஊழியர்களால் சமர்ப்பிக்கப்பட்ட திட்டங்கள்

குறிப்பு

மற்றும் பரிந்துரைகள் நடுநிலையானவை அல்ல என்று நம்பலாம். எடுத்துக்காட்டாக, நிறுவனம் ஒரு தீவிரமான முடிவை எதிர்கொள்ளும் சூழ்நிலையிலும் அதன் சாத்தியமான நடவடிக்கையிலும் ஒரு ஆலோசகரிடமிருந்து ஒரு நடுநிலையான ஆலோசனை தேவைப்படலாம்.

பகுதி - 14

அரசாங்கத் திட்டங்கள்

அமைப்பு:

14.1 அறிமுகம்

14.2 அரசாங்கத் திட்டங்கள்

14.3 மத்திய அரசுத் திட்டங்கள்

14.3.1 பிரதமரின் வேலைவாய்ப்பு உருவாக்கும் திட்டம் (PMEGP)

14.3.2 குறு / சிறு உற்பத்தி நிறுவனங்கள் மற்றும்
ஏற்றுமதியாளர்களுக்கான சந்தை மேம்பாட்டு உதவித் திட்டம்

14.3.3 ராஜீவ் காந்தி உதயமி மித்ரா

14.3.4 தொழில்நுட்ப மேம்பாட்டுக்கான கடன் இணைப்பு மூலதன மானியத்
திட்டம்

14.3.5 தேசிய விருதுத் திட்டம்

14.3.6 1200 தொழில்முனைவு மன்றங்களை நடத்துவதற்கு
தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட ஐந்து பல்கலைக்கழகங்கள் / கல்லூரிகளை
ஆதரிக்கும் திட்டம்

14.3.7 மகளிர் தொழில்முனைவோருக்கான திட்டங்கள்

14.4 மாநில அளவிலான நிதி நிறுவனங்கள்

14.5 மாநில அரசு திட்டம்

14.5.1 தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு நிறுவனம் (நுனுஐ)

14.5.2 பயிற்சி திட்டங்கள்

குறிப்பு

14.1 அறிமுகம்

இந்தியாவில் அதிக மக்கள் தொகை வளர்ச்சி உள்ளது.

அரசு தொழில்முனைவுத் திட்டங்கள்

வேலைவாய்ப்புகளை உருவாக்குவதைவிட முக்கியமானது எதுவுமில்லை. கடந்த இரண்டு ஆண்டுகளில், அதிகமான மக்கள் தங்கள் சொந்த SME-களைத் தொடங்க முயற்சி செய்தார்கள். கடந்த ஆண்டில் 8000க்கும் மேற்பட்ட தொடக்கங்களுடன், நம் நாட்டில் தொழில்

குறிப்பு

தொடங்குவதில் 108% அதிகரித்துள்ளது என அரசு சாரா தொழில் அமைப்பு நாஸ்காம் (NASSCOM) தெரிவித்துள்ளது. உலகளாவிய தொடக்க சுற்றுச்சூழல் அமைப்பில் அமெரிக்கா மற்றும் இங்கிலாந்துக்கு அடுத்தபடியாக இந்தியா இப்போது 3வது இடத்தில் உள்ளது.

அதிகமான மக்கள் தங்கள் சொந்தத் தொழில்களைத் தொடங்க ஊக்குவிப்பதற்காக அரசாங்கம் பல்வேறு தொடக்கத் திட்டங்களையும் கடன்களையும் அறிமுகப்படுத்தியுள்ளது. தொழில் தொடங்குவதும் மற்றும் வெற்றியும் வெளிநாட்டு முதலீடுகளை ஈர்ப்பதற்கும் பொருளாதாரத்தை உயர்த்துவதற்கும் காந்தங்களாக செயல்படுகின்றன. மேலும், நுகர்வோர் பொருட்களின் தேவை தொடர்ந்து அதிகரித்து வருவதால், அவற்றை நாட்டிற்குள் உற்பத்தி செய்வது மிகவும் சாத்தியமானதாகவும் லாபகரமானதாகவும் தெரிகிறது. உதாரணத்திற்கு, ஸ்மார்ட் போன்கள் மற்றும் இந்தியா உண்மையில் மொபைல் உற்பத்தி பிரிவுகளின் மையமாக மாறி வருகிறது.

14.2 அரசாங்கத் திட்டங்கள்

இந்தியாவில் வணிகங்களுக்கான அரசாங்கத் திட்டங்கள் முக்கியமாக, மானிய வட்டி விகிதத்தில் முதலீட்டிற்குத் தேவையான மூலதனத்தை வழங்குவதில் கவனம் செலுத்துகின்றன. இதன் விளைவாக மக்கள் தங்கள் கனவுகளை தங்கள் சொந்த முயற்சிகளால் நனவாக்க ஊக்குவிக்கப்படுகின்றனர். பல்வேறு திட்டங்கள் உள்ளன என்றாலும், மிகவும் சாத்தியமான பத்து தொடக்க திட்டங்கள் கீழே விளக்கப்பட்டுள்ளன:

1. **முத்ரா** (MUDRA) - மைக்ரோ யூனிட்ஸ் டெவலப்மென்ட் அண்ட் ரீ:.பைனன்ஸ் ஏஜென்சி அல்லது முத்ரா, குறு மற்றும் சிறு நிறுவனங்களுக்கு நிதி வழங்க இந்திய அரசாங்கத்தின் ஒரு முக்கிய திட்டமாகும். கடன் பெற அடைமானம் தேவையில்லை. உற்பத்தி, வர்த்தகம் மற்றும் அதனுடன் தொடர்புடைய விவசாய சேவைகளுக்கு இது பொருந்தும். இதில் 3 தொகுதிகள் உள்ளன. ஷிஷு (Shishu - 50,000 வரை கடன்), கிஷோர் (Kishor - 50,000 முதல் 5 லட்சம் வரை

கடன்) மற்றும் தருண் (Tarun - 5 லட்சம் முதல் 10 லட்சம் வரை கடன்).

2. **நபார்ட் (NABARD)** - வேளாண்மை மற்றும் ஊரக வளர்ச்சிக்காக உருவாக்கப்பட்ட வங்கி ஆகும். இந்த வங்கி விவசாயத்திற்கும் பிற குடிசை மற்றும் கிராமத் தொழில்களுக்கும் கடன் சலுகைகளை வழங்குவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது. இது கிராமங்களில் கடன் வழங்கும் நிறுவனங்களுக்கும் நிதி வழங்குகிறது. உணவு பதப்படுத்தும் தொழிற்சாலைகள் மற்றும் ஒருங்கிணைந்த கிராமப்புற மேம்பாட்டுக்கான திட்டங்களுடன், கிராமப்புறங்களில் நிதி உதவியை நடைமுறைப்படுத்தவும் ஒழுங்குபடுத்தவும் ரிசர்வ் வங்கியுடன் இணைந்து நபார்ட் செயல்படுகிறது. பால் பொருட்களின் தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டுத் திட்டம் மூலம் வளர்ந்து வரும் தொழில்முனைவோருக்கு திட்ட செலவில் 90% வரை (குறைந்தபட்சம் 10 லட்சம் முதல் அதிகபட்சம் 150 லட்சம் வரை) வழங்குகிறது.

3. **கடன் உத்தரவாதத் திட்டம்** - குறு மற்றும் சிறு தொழில்களுக்கு வணிகக் கடன்களை வழங்குவதற்காக CGTMSE (குறு மற்றும் சிறு நிறுவனங்களுக்கான கடன் உத்தரவாத நிதி அறக்கட்டளை) பூஜ்ஜிய பிணையத்துடன் அமைக்கப்பட்டது. இதன் பொருள் புதிய மற்றும் வரவிருக்கும் தொடக்க நிறுவனங்கள் எந்தவொரு பாதுகாப்பையும் வழங்காமல் அதிக மானிய வட்டி விகிதத்தில் கடன்களைப் பெறலாம். SIDBI (சிறு தொழில்துறை மேம்பாட்டு வங்கி) உடன் இணைந்து செயல்படும் இந்த நிறுவனம், புதிய நிறுவனங்களை உயர்த்துவதற்கும், ஏற்கனவே உள்ள நிறுவனங்களை மேலும் வளர்ச்சியடையச் செய்வதற்கும் இந்த திட்டத்தின் கீழ் அதிகபட்சமாக 100 லட்சம் வரை வழங்குகிறது.

4. **ஸ்டாண்ட் அப் இந்தியா திட்டம்** - இது 2016-ல் தொடங்கப்பட்டது. மகளிர் தொழில்முனைவோருக்கும், எஸ்சி மற்றும் எஸ்டி சமூகங்களைச் சேர்ந்தவர்களுக்கும் இந்த திட்டம் செயல்படுத்தப்பட்டது. உற்பத்தி, வர்த்தகம் மற்றும் சேவை பிரிவுகளில்

குறிப்பு

வெளிநாடு துணிவுள்ள முதலீடு (Greenfield Ventures) முயற்சிகளுக்கு 10 லட்சம் முதல் 100 லட்சம் வரை கிடைக்கும்.

இந்த திட்டத்தின் கீழ், ஒவ்வொரு வங்கியும் குறைந்தது ஒரு மகளிர் தொழில்முனைவோருக்கும் ஒரு கிளைக்கு ஒரு எஸ்சி / எஸ்டி சமூகத்திற்கும் கடன் வழங்குவது கட்டாயமாகும். தனிநபர் அல்லாத வணிகங்களைப் பொறுத்தவரை, மகளிர் தொழில்முனைவோர் குறைந்தபட்சம் 51% பங்குகளை வைத்திருக்க வேண்டும். கடனை அதிகபட்ச மூலதனமாக 7 ஆண்டுகள் பணி மூலதனமாக வழங்க முடியும்.

5. **நியூஜென் ஐ.இ.டி.சி** (NewGen IEDC) - சுகாதார சேவைகள், இரசாயனங்கள், வன்பொருள், வானூர்தி / பாதுகாப்பு, ஐ.டி (IT), ஏ.ஆர் / வி.ஆர் (AR/VR), கட்டுமானம், வடிவமைப்பு, உணவு மற்றும் பானங்கள், ஜவுளி, நானோ தொழில்நுட்பம் மற்றும் புதுப்பிக்கத்தக்க மற்றும் அல்லாத தொழில்களுக்கு நியூஜென் கண்டுபிடிப்பு மற்றும் தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு மையம்/அமைப்பு உதவி செய்கிறது. இந்த அமைப்பு தொடக்க அலகுகளுக்கு நிதியளிப்பதற்கு 25 லட்சம் வரை ஒரு முறை மீண்டும் வராத / தொடர்ந்து நிகழாத கடனை இது வழங்குகிறது.

6. **ஏ.ஐ.சி** (AIC) **அடல் புதுமை பணி** - அடல் செயற்கைமுறை மையங்கள் (AIC) ஒவ்வொரு ஏ.ஐ.சிக்கும் ரூ.10 கோடி வழங்குகிறது. மானியத்தின் காலம் அதிகபட்சம் 5 ஆண்டுகள் ஆகும். இது NITI aayog-ன் கீழ் அமைக்கப்பட்டுள்ளது. இரசாயனங்கள், தொழில்நுட்ப வன்பொருள், சுகாதாரம் மற்றும் அறிவியல், ஏரோநாட்டிக்ஸ் / விண்வெளி மற்றும் பாதுகாப்பு, வேளாண்மை, AI, AR / VR (பெரிதாக்கப்பட்ட + பார்த்தறியக்கூடிய), தானியங்கி போன்ற துறைகளில் பல்வேறு தொடக்கங்களுக்கு நிதி உதவி மற்றும் உள்கட்டமைப்பு உதவிகளை வழங்குவதே AIC-களின் நோக்கம் ஆகும். தொலைத்தொடர்பு மற்றும் இணையதள இணைப்பு, கட்டுமானம், வடிவமைப்பு, புதுப்பிக்க முடியாத ஆற்றல், புதுப்பிக்கத்தக்க ஆற்றல், பசுமை தொழில்நுட்பம், ஃபிண்டெக் (fintech), வலையமைப்பு சார்ந்த பொருட்கள், நானோ தொழில்நுட்பம்

குறிப்பு

மற்றும் உணவு மற்றும் குளிர்பானங்கள் போன்றவற்றை உள்ளடக்கி உள்ளது. பயிற்சி மற்றும் தொழில்முனைவோர் பட்டறைகளை நடத்துதல், உத்வேகம் தரும் திட்டங்களை ஒழுங்கமைத்தல், தேவையான உள்கட்டமைப்பு, முன்மாதிரி அல்லது ஆராய்ச்சி வசதிகளை அணுகுவது, அத்துடன் தொழில்முனைவோருக்கு வழிகாட்ட வழிகாட்டிகளின் குழுவை உருவாக்குதல் ஆகியவை AIC மூலம் செய்ய எதிர்பார்க்கப்படும் சில பணிகள் ஆகும்.

7. **சி.எல்.சி.எஸ்.எஸ்** (CLCSS) – MSME-ன் கீழ், கடன் இணைக்கப்பட்ட மூலதன மானியத் திட்டம் என்பது அதிநவீன உபகரணங்களுடன் தங்கள் இயந்திரங்களை மேம்படுத்திய உற்பத்தி பிரிவுகளுக்கு மானியத்தை வழங்குவதற்கான ஒரு வழியாகும். இந்தத் திட்டம் உற்பத்தி அலகுகளை சமீபத்திய உபகரணங்களை வாங்க ஊக்குவிப்பதற்கும், தொழில்நுட்பத்தை மேம்படுத்துவதற்கும் உதவுகிறது.

8. **ஸ்மைல்** (SMILE) - குறு, சிறு மற்றும் நடுத்தர நிறுவனங்களுக்கான எஸ்ஐடிபிஐ, (SIDBI) மேக் இன் இந்தியா, மென்மையான கடன் நிதி ஆகியவற்றை MSME அலகுகளுக்கு நியாயமான அடிப்படையில் வழங்குகிறது. ஒரு பிரிவின் கடன்-சமநிலை விகிதத்தை பூர்த்தி செய்ய அல்லது அதன் வளர்ச்சி மற்றும் விரிவாக்கத்திற்கு உதவுகிறது. கடன் அதிகபட்சம் 3 ஆண்டுகளுக்கு பொருந்தும். வழங்கப்பட்ட தொகை, கீழ் வரும் பிரிவில் வேறுபடுகிறது, பொதுவான பிரிவுக்கு 10% அல்லது அதிகபட்சம் 20 லட்சம், மற்றும் எஸ்சி / எஸ்டி, மாற்றுத்திறனாளிகள் மற்றும் பெண்களுக்கு 15% அல்லது அதிகபட்சம் 30 லட்சம்.

9. **மேல்தள சூரியசக்தி பி.வி. (PV) மின் திட்டங்களுக்கான கடன்** - இது இந்திய புதுப்பிக்கத்தக்க எரிசக்தி மேம்பாட்டு நிறுவனம் (IREDA) தலைமையிலானது ஆகும். இந்த திட்டம் மேல்தளங்களில் சூரியசக்தி பி.வி திட்டங்களுக்கு நிதியுதவி வழங்குவதன் மூலம் புதுப்பிக்கத்தக்க எரிசக்தி வளர்ச்சியை ஊக்குவிக்கிறது. திட்ட செலவில் 70% IREDA-வால் வழங்கப்படுகிறது. மீதமுள்ள 30% தொகையை தொழில்முனைவோர் பங்களிப்பார். சில திட்டங்களில், சிறந்த சாதனை

குறிப்பு

மூலம் பதிவு பெற்ற துறை அதிக நன்மைகள் மற்றும் அதிக உற்பத்தித்திறன் ஆகியவற்றைக் கொண்டால், ஐ.ஆர்.இ.டி.ஏ கடன் தொகையை திட்ட செலவில் 75% வரை நீட்டிக்கக்கூடும். கடனை அதிகபட்சம் 9 ஆண்டுகளில் திருப்பிச் செலுத்த வேண்டும்.

10. (MSIPS) - மாற்றியமைக்கப்பட்ட சிறப்பு ஊக்கத் தொகுப்பு திட்டம்:

தொழில்நுட்ப வன்பொருள், ஐஓடி (IoT), தானியங்கி, புதுப்பிக்கத்தக்க மற்றும் புதுப்பிக்க முடியாத எரிசக்தி ஆதாரங்கள், நானோ தொழில்நுட்பம், பசுமை தொழில்நுட்பம் மற்றும் விண்வெளி மற்றும் பாதுகாப்புத் தொழில்கள் ஆகிய துறைகளில் உற்பத்தி மற்றும் மின்னணு பிரிவுகளுக்கு மூலதன மானியங்களை வழங்குகிறது. இந்த திட்டத்தின் கீழ், உற்பத்தி மற்றும் மின்னணுவியல் துறையில் வணிக பிரிவுகளுக்கு, SEZ-ல் 20% மூலதன மானியத்திற்கும், SEZ அல்லாதவற்றில் 25% வழங்கப்படுகிறது.

14.3 மத்திய அரசுத் திட்டங்கள்

இந்தியாவில் உள்ள மக்களின் நலனுக்காக பின்வரும் திட்டங்கள் மத்திய அரசால் செயல்படுத்தப்படுகின்றன.

14.3.1 பிரதமரின் வேலைவாய்ப்பை உருவாக்கும் திட்டம் (PMEGP)

பிரதமரின் வேலைவாய்ப்பை உருவாக்கும் திட்டம் (PMEGP) எனப்படும் புதிய கடன் வழங்கும் மானிய திட்டத்திற்கு இந்திய அரசு ஒப்புதல் அளித்துள்ளது. 31.03.2008 வரை செயல்பாட்டில் இருந்த இரண்டு திட்டங்களை குறிப்பாக பிரதமரின் ரோஜ்கர் (PMRY) மற்றும் கிராமப்புற வேலைவாய்ப்பு உருவாக்கும் திட்டத்தை (REGP) இணைப்பதன் மூலம் இது செய்யப்பட்டுள்ளது. கிராமப்புற மற்றும் பெருநகரங்களில் சிறு நிறுவனங்களை நிறுவுவதன் மூலம் வேலை வாய்ப்புகளை உருவாக்குவது என்பதே இதன் நோக்கம் ஆகும். PMEGP ஒரு மத்திய துறை திட்டமாக செயல்படும், இது குறு, சிறு மற்றும்

நடுத்தர நிறுவனங்களின் அமைச்சகத்தால் (MoMSME) நேரடியாக நிர்வகிக்கப்பட்டு கண்காணிக்கப்படும். இந்த திட்டம் காதி மற்றும் கிராம தொழில்துறை ஆணையத்தால் (KVIC) செயல்படுத்தப்பட்டு நிர்வகிக்கப்படும். இது MSME அமைச்சகத்தின் நிர்வாக கட்டுப்பாட்டின் கீழ் உள்ள ஒரு சட்டரீதியான அமைப்பாகும். இது தேசிய அளவில் ஒற்றை நோடல் நிறுவனமாக உள்ளது. அதேசமயம், மாநில KVIC இயங்கும் மையங்கள், மாநில காதி மற்றும் கிராம தொழில் வாரியங்கள் KVIB மற்றும் மாவட்ட தொழில் மையங்கள் (DICs) மற்றும் வங்கிகளும் இந்த திட்டத்தை செயல்படுத்தும். இந்த திட்டத்தின் கீழ் அரசு மானியம் அங்கீகரிக்கப்பட்ட வங்கிகள், KVIC மூலம் தொழில்முனைவோருக்கு அவர்களின் வங்கி கணக்குகளில் செலுத்தப்படும்.

பிரதமரின் வேலைவாய்ப்பை உருவாக்கும் திட்டத்தின் குறிக்கோள்கள் (PMEGP):

1. இத்திட்டத்தின் முக்கிய நோக்கம் கிராமப்புற மற்றும் நாட்டின் நகர்ப்புறங்களில் மென்மேலும் வேலை வாய்ப்புகளை உருவாக்குவதாகும். இந்த நோக்கத்திற்காக, புதிய சுய வேலைவாய்ப்பு முயற்சிகள் / திட்டங்கள் / குறு நிறுவனங்களை அமைப்பதும் அடங்கும்.

2. பரவலாக தனிமைப்படுத்தப்பட்ட பாரம்பரிய கிராமப்புற மற்றும் நகர்ப்புற இளைஞர்களை வேலைவாய்ப்பு தேடுவதையும் அவர்களுக்கு சுய வேலை வாய்ப்புகளை வழங்குவதையும் இது நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.

3. நாட்டின் பாரம்பரிய கிராமப்புற மற்றும் நகர்ப்புற வேலையற்ற இளைஞர்களில் பெரும் பகுதியினருக்கு நிலையான வேலைவாய்ப்பை வழங்க அரசாங்கம் விரும்புகிறது.

4. இது கிராமப்புற மற்றும் நகர்ப்புற இளைஞர்களின் வருவாய் திறனை அதிகரிக்கும் முயற்சியாகும்.

பயனாளிகளின் தகுதிக்கான நிபந்தனைகள்:

1. வயது 18 வயதுக்கு மேல் இருக்க வேண்டும்.

2. PMEGP-ன் கீழ் திட்டங்களை அமைப்பதற்கான வருமான வரம்பு இல்லை.

குறிப்பு

3. உற்பத்தித் துறைக்கு ரூ.10 லட்சம், வணிக / சேவை துறைக்கு 5 லட்சம் போன்ற மேலான திட்டங்களை அமைப்பதற்காக பயனாளிகள் குறைந்தபட்சம் 8ம் வகுப்பு வரை படித்திருக்க வேண்டும். குறிப்பாக PMEGP-ன் கீழ் புதிய திட்டங்கள் அனுமதிக்கப்பட்டால் மட்டுமே திட்டத்தின் கீழ் உதவி வழங்கப்படுகிறது.

4. பிபிஎல் (BPL) நிறுவனத்தைச் சேர்ந்தவர்களுடன் சுய உதவிக்குழுக்களும் PMEGP-ன் கீழ் நிதியுதவிக்கு தகுதியுடையவர்கள், அவர்கள் வேறு எந்த திட்டத்தின் கீழும் நன்மைகளைப் பெறக்கூடாது.

5. நிறுவனங்கள், சங்கங்கள் பதிவு சட்டம் 1860-ன் கீழ் பதிவு செய்யப்பட வேண்டும்.

6. உற்பத்தி கூட்டுறவு சங்கங்கள் மற்றும் தொண்டு அறக்கட்டளைகளும் இத்திட்டத்திற்கு தகுதியானவை.

14.3.2 குறு / சிறு உற்பத்தி நிறுவனங்கள் மற்றும் குறு / சிறு ஏற்றுமத ியாளர்களுக்கான சந்தை மேம்பாட்டு உதவித் திட்டம்

MSME இந்தியா விற்பனைக் கண்காட்சிப்பிரிவின் கீழ் சர்வதேச வர்த்தக கண்காட்சிகள் / கண்காட்சிகளில் சிறு மற்றும் குறு நிறுவனங்களை தயாரிப்பதன் மூலம் இந்த திட்டம் நிதி உதவியை வழங்குகிறது. இது தொழில்துறை சங்கங்கள் / ஏற்றுமதி ஊக்குவிப்பு சங்கங்கள் / இந்திய ஏற்றுமதி அமைப்பின் கூட்டமைப்பு ஆகியவற்றால் செய்யப்படும் துறை சார்ந்த சந்தை ஆய்வுகளுக்கான நிதியையும் வழங்குகிறது. தேக்கநிலை வழக்குகளைத் தொடங்கும் எஸ்எஸ்ஐ (SSI) சங்கங்கள் இந்த திட்டத்தின் கீழ் உள்ளன.

குறிக்கோள்கள்

1. இந்த திட்டம் சிறு மற்றும் குறு ஏற்றுமதியாளர்களை வெளிநாட்டிலுள்ள சந்தைகளைத் தட்டவும் வளர்க்கவும் ஊக்குவிப்பதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.

2. சிறு / குறு உற்பத்தி நிறுவனங்களின் பிரதிநிதிகளை சர்வதேச வர்த்தக கண்காட்சிகள் / கண்காட்சிகளில் MSME இந்தியா விற்பனைப்பிரிவின் கீழ் பங்கேற்பதை ஊக்குவிக்க அரசு விரும்புகிறது.

3. மேலும் இந்தத் திட்டம் பட்டைக்குறி படிப்பான் குறியீட்டைப் பெரிய அளவில் செயல்படுத்துவதை பிரபலப்படுத்துவதையும் நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.

குறிப்பு

பயிற்சி நிறுவனங்களுக்கு உதவி செய்வதற்கான திட்டம்

இந்த திட்டம் புதிய நிறுவனங்களை (EDIs) நிறுவுவதற்கும், தற்போதுள்ள EDI-களின் உள்கட்டமைப்பை வலுப்படுத்துவதற்கும் நிதி உதவி வழங்குகிறது. உள்;ர் தொழில்முனைவோரை மேம்படுத்துவதும், அதன் மூலம் புதிய குறு மற்றும் சிறு நிறுவனங்களை அபிவிருத்தி செய்வதும், கிராமப்புற மற்றும் நகர்ப்புறங்களில் சுயதொழில் உருவாக்குவதும், புதிய தலைமுறை தொழில்முனைவோருக்கு நிறுவனங்களை அமைப்பதில் பயிற்சியளிப்பதன் மூலம் இத்திட்டத்தின் முக்கிய நோக்கங்கள் உள்ளன. உள்கட்டமைப்பு மேம்பாட்டிற்காக உதவி மூலதனம் மானிய வடிவில் இருக்கும்.

14.3.3 ராஜீவ் காந்தி உதயமி மித்ரா

வடகிழக்கு பகுதிகளில் உள்ள தொழில்முனைவோருக்கு உதவி வழங்குவதற்காக மத்திய குறு, சிறு மற்றும் நடுத்தர தொழில் அமைச்சகமானது ராஜீவ் காந்தி உதயமி மித்ராவை அறிமுகப்படுத்தியது. இந்த திட்டத்தின் கீழ், வடகிழக்கு பகுதியைச் சேர்ந்த பயனாளிகள் மற்றும் எஸ்சி / எஸ்டி / உடல் ஊனமுற்றோர் / மகளிர் பிரிவுகளைச் சேர்ந்தவர்கள், குறு உற்பத்தி நிறுவனங்களின் சேவை நிறுவனங்களை நிறுவுவதற்கு பங்களிக்க வேண்டியதில்லை.

நிறுவனத்தை . உருவாக்குவதற்குத் தேவையான பல்வேறு சம்பிரதாயங்களை நிறைவு செய்வதில் உதயமி மித்ரா மூலம் தொழில்முனைவோருக்கு உதவி வழங்குவதே . இத்திட்டத்தின் நோக்கமாகும். திட்ட அறிக்கையைத் தயாரித்தல், நிதி ஏற்பாடு செய்தல், தொழில்நுட்பத்தைப் பயன்படுத்துதல் மற்றும் சந்தைப்படுத்துதல், இயந்திரங்களுடன் ஆலை அமைத்தல் மற்றும் ஒப்புதல்கள், அனுமதிகள் மற்றும் என்.ஓ.சி-களை (NOC) தேவைப்படும் போது பெறுதல் ஆகியவை

குறிப்பு

இதில் அடங்கும். புதிய குறு மற்றும் சிறு நிறுவனங்களை நிறுவுவதற்கு இறுதி வரை ஆதரவை வழங்கும் என்று எதிர்பார்க்கப்பட்டது.

ராஜீவ் காந்தி உதயமி மித்ராவின் (RGUMY) குறிக்கோள்:

தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட முன்னணி ஏஜென்சிகள் மூலம் ஏற்கனவே இடிபி / எஸ்டிபி / ஈஎஸ்டிபி (EDP/SDP/ESDP) அல்லது ஐடிஐ-களிடமிருந்து (ITI) தொழிற்பயிற்சி முடித்த புதிய தலைமுறை தொழில்முனைவோருக்கு ஆதரவும் உதவியும் வழங்குவதே இத்திட்டத்தின் நோக்கம் ஆகும். புதிய தலைமுறை தொழில்முனைவோருக்கான உதவி மற்றும் ஆதரவு ஒழுங்கமைத்தலுக்காக இந்த திட்டத்தின் கீழ், நிதி உதவி தேர்ந்தெடுக்கப்பட்டுள்ள முன்னணி முகவர், அதாவது உதயமி மித்ரா, மூலம் வழங்கப்படுகிறது.

14.3.4 தொழில்நுட்ப மேம்பாட்டுக்கான கடன் இணைப்பு மூலதன மானியத் திட்டம்

சிறிய, காதி, கிராமம் மற்றும் நாணயத் தொழில்துறை அலகுகள் உள்ளிட்ட எஸ்.எஸ்.ஐ(SSI) அலகுகளுக்கு மூலதன மானியத்தை வழங்குவதன் மூலம் தொழில்நுட்பத்தை மேம்படுத்துவதற்கு இந்த திட்டம் உதவியாக உள்ளது. அவற்றின் உற்பத்தி சாதனங்களை நவீனமயமாக்குவதற்கும் நிறுவன கடனை அவர்கள் பெறலாம்.

இந்தத் திட்டத்தின் திருத்தத்திற்கு முன்னர் எஸ்.எஸ்.ஐ (SSI) பிரிவுகளுக்கு சிறு பிரிவுகள் உட்பட 12 சதவீத மூலதன மானியத்தை வழங்கியது. திட்டத்தின் கீழ் அங்கீகரிக்கப்பட்ட, தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட துணைத் துறைகள் / தயாரிப்புகளில் நன்கு நிறுவப்பட்ட மற்றும் மேம்பட்ட தொழில்நுட்பத்தைத் தூண்டுவதற்காக அவர்கள் பெற்ற நிறுவன நிதியை பயன்படுத்தலாம். முந்தைய திட்டத்தின் கீழ் கணக்கிடப்பட்ட தகுதிவாய்ந்த மானியம் ரூ.40 லட்சத்திற்கு மிகாமல் உண்மையான கடன் தொகையை அடிப்படையாகக் கொண்டது.

எஸ்.எஸ்.ஐ (SSI) பிரிவுகளில் பெரும் சதவீதம் காலாவதியான தொழில்நுட்பம் மற்றும் ஆலை மற்றும் இயந்திரங்களுடன் தொடர்கிறது. ஏனெனில் போதிய முதலீடு மற்றும் விழிப்புணர்வு இல்லாததால்,

குறிப்பு

பொருளாதாரத்தின் அதிகரித்துவரும் போட்டியுடன், SSI பிரிவுகளின் கீழ் தொழிலில் தொடர்ந்து போட்டிபோடுதல் மற்றும் வளர்ச்சியும் அவற்றின் நவீனமயமாக்கல் மற்றும் தொழில்நுட்ப மேம்பாடு ஆகியவற்றைப் பொறுத்தது. சிறு நிறுவனங்களுக்கு உற்பத்தி மற்றும் அதனுடன் தொடர்புடைய ஆலை மற்றும் இயந்திரங்கள் இரண்டையும் மேம்படுத்துதல் அவசியம்.

இதை அடிப்படையாகக் கொண்டுள்ள இந்த திட்டத்தின் கீழ் கடன்களுக்கான உச்சவரம்பு ரூ.40 லட்சம் முதல் ரூ.1 கோடி மற்றும் மானிய விகிதம் 12 சதவீதத்திலிருந்து 15 சதவீதமாக உள்ளது.

14.3.5 தேசிய விருதுத் திட்டம்

இந்தியாவில் குறு, சிறு மற்றும் நடுத்தர நிறுவனங்கள் (MSMEs) கடந்த சில பத்தாண்டுகளாக மகத்தான வளர்ச்சியைக் கண்டன. தரமான உற்பத்தி, ஏற்றுமதி-இறக்குமதி, நவீனமயமாக்கல், தயாரிப்பு மேம்பாடு ஆகியவற்றில் எதிர்பார்ப்புகளுக்கு அப்பாற்பட்ட குறிப்பிடத்தக்க வளர்ச்சியை அடைந்தது. MSMEs கீழுள்ள தொழில்முனைவோரின் முயற்சிகள் முன்னர் இறக்குமதி செய்யப்பட்ட ஏராளமான பொருட்களை உற்பத்தி செய்வதை சாத்தியமாக்கியுள்ளன. சில சந்தர்ப்பங்களில் அவ்வாறு தயாரிக்கப்படும் புதிய வகைகள் கூடுதல் பண்புகளைக் கொண்டிருக்கின்றன. மேலும் அவை பயனர் நட்பாகவும் இருக்கின்றன. MSMEs-களின் தொழில்முனைவோரின் தொலைநோக்கு பார்வையால் இவை அனைத்தும் சாத்தியமாகியுள்ளன.

14.3.6 1200 தொழில்முனைவு மன்றங்களை நடத்துவதற்கு தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட ஐந்து பல்கலைக்கழகங்கள் / கல்லூரிகளை ஆதரிக்கும் திட்டம்

தொழில்முனைவோர் மன்றங்களை நடத்துவதற்கு ஐந்து பல்கலைக்கழகங்களை ஆதரிப்பதே இந்த திட்டத்தின் நோக்கமாகும். ஒவ்வொரு பல்கலைக்கழகமும் வடக்கு, மேற்கு, கிழக்கு, தெற்கு மற்றும் வடகிழக்கு பிராந்தியத்தைச் சேர்ந்ததாக இருக்க வேண்டும். ஒவ்வொரு பல்கலைக்கழகமும் ஆண்டுக்கு 240 மன்றக் கூட்டங்களை நடத்த

குறிப்பு

வேண்டும். ஒவ்வொரு மன்றத்திலும் 50 தொழில்முனைவோர் உறுப்பினராக இருக்க வேண்டும். 5 ஆண்டு காலப்பகுதியில், 3 லட்சம் தொழில்முனைவோர் பயனடைய வேண்டும்.

திட்டத்தின் குறிக்கோள்கள்

தொழில்முனைவோரை ஊக்குவிப்பதே இந்த திட்டத்தின் முக்கிய நோக்கம் ஆகும். மேலும், இந்தத் திட்டம் தொழில்முனைவோர், பல்கலைக்கழகங்கள் மற்றும் MSME-மேம்பாட்டு நிறுவனங்கள் (MSME-DI) ஆகியவற்றை ஒன்றிணைப்பதில் மிக முக்கியமான பங்கு வகிக்கிறது. இந்த திட்டத்தின் காரணமாக தொழில்முனைவோர் ஒன்றிணைந்து அவர்களின் பொதுவான பிரச்சினைகளை தீர்க்க முடியும்.

14.3.7 மகளிர் தொழில்முனைவோருக்கான திட்டங்கள்

அ. மஹிலா உத்யாமி (MUY): SSI -துறையில் திட்டங்களைத் தொடங்க விரும்பும் மகளிர் தொழில்முனைவோருக்கு தொடக்க (விதைபோன்ற பொருள் கொண்ட) மூலமுதலீடு (Seed Capital) உதவியை வழங்குவதற்காக ஐ.டி.பி.ஐ (IDBI) இந்த திட்டத்தின் கீழ் ரூ.5 கோடி நிதிய மூலதனத்துடன்(Corpus Fund) சிறப்பு நிதியை அமைத்துள்ளது. இந்த திட்டத்தை SIDBI செயல்படுத்துகிறது. 51% பங்குகளை மகளிர் நிர்வகிக்க வேண்டும்.

ஆ. ஸ்ரீ சக்தி தொகுப்பு (SBI): இந்த திட்டத்தின் கீழ், ஈடிபிஎஸ் பிரத்யேகமாக வடிவமைக்கப்பட்டு மகளிர் தொழில்முனைவோருக்காக நடத்தப்படுகிறது. மேலும், இணை பாதுகாப்பு இல்லாமல் ரூ.25,000 வழங்கப்படுகிறது.

இ. பிரியா தர்ஷினி: இதை பாங்க் ஆப் இந்தியா செயல்படுத்துகிறது. மகளிர் தொழில்முனைவோருக்கு நிதி உதவி வழங்குகிறது.

- திட்டத்தில் அதிகபட்ச கடன் தொகை - கால கடன் 2 லட்சம் மற்றும் மூலதனம் 1 லட்சம் வரை உள்ளது.

• வாங்கிய நிதிக்கான சொத்துக்களை பிணையமாக பாதுகாப்பாக உள்ளன.

• திருப்பிச் செலுத்தும் காலம் 3-5 ஆண்டுகள் ஆகும்.

• இறுதிநிலைப் பணம் 20% நடவடிக்கை வகையை சார்ந்துள்ளது.

இந்த திட்டங்களைத் தவிர, பி.எம்.ஆர்.ஒய் (PMRY), செபப் (SEPUP), (நகர்ப்புற ஏழைகளுக்கான சுய வேலைவாய்ப்பு திட்டம்), எஸ்.ஜி.எஸ்.ஒய் (SGSY), ஐ.ஆர்.டி.பி (IRDP) மற்றும் ராஷ்டிரிய மகில கோஷ் போன்ற பிற திட்டங்கள் மகளிர் தொழில்முனைவோருக்கு நிதி உதவி வழங்க உதவுகின்றன. அரசாங்க சலுகைகள் இரண்டு வகையான மானியங்கள்.

• முதலீட்டு மானியம் வழங்குவதன் மூலம் அதிகமான நிறுவனங்களை உருவாக்குதல். மூலதன முதலீட்டு மானியம், போக்குவரத்து மானியம், மின் ஜெனரேட்டர் மானியம் மற்றும் மகளிர் தொழில்முனைவோருக்கு சமூக மானியம் போன்ற பல்வேறு மானியங்கள் இதில் அடங்கும்.

• பிற மானியங்களில் ஏற்றுமதி / இறக்குமதி மானியம், வரி மானியம், கலால் மானியம் / Duty Exemption(கடமை விலக்கு திட்டங்கள் ஏற்றுமதி உற்பத்திக்கு தேவையான உள்ளீடுகளை வரி விலக்கு செய்ய உதவுகின்றன), மற்றும் தொழில்நுட்ப மேம்பாட்டுக்கான மூலதன மானியம் ஆகியவை அடங்கும்.

14.4 மாநில அளவிலான நிதி நிறுவனங்கள்

கைத்தொழில் இயக்குநரகம் (DIs)

மாநில அளவில், கமிஷனர் / தொழில்துறை இயக்குநர் சிறிய அளவிலான, குடிசை, நடுத்தர மற்றும் பெரிய அளவிலான தொழில்களை மேம்படுத்துவதற்கும் உயர்த்துவதற்கும் கொள்கைகளை செயல்படுத்துகிறார். மத்திய அரசு கொள்கைகள் SSI துறைக்கான வழிகாட்டுதல்களாக செயல்படுகின்றன, ஆனால் ஒவ்வொரு மாநிலமும் அதன் சொந்த கொள்கை மற்றும் சலுகைகளின் தொகுப்பை

குறிப்பு

உருவாக்குகின்றன. அனைத்து மாநிலங்கள் / யூ.டி.க்களில் (UTs) உள்ள கமிஷனர் / கைத்தொழில் இயக்குநர், கள அலுவலகங்களின் செயல்பாடுகளை மேற்பார்வையிடுகிறார், அதாவது மாவட்ட தொழில்துறை மையங்கள் (DICs) மூலம் அந்தந்த மாவட்ட அளவில் நடைபெறுகிறது.

மாவட்ட தொழில்துறை மையங்கள் (DICs)

பெரிய நகரங்கள் மற்றும் மாநில தலைநகரங்களைத் தாண்டி சிறிய அளவிலான மற்றும் குடிசைத் தொழில்களை மாவட்ட தலைமையகத்திற்கு விரிவுபடுத்துவதற்காக, DIC திட்டம் 1978 மே மாதம் மைய நிதியுதவி திட்டமாக தொடங்கப்பட்டது. குறிப்பாக கிராமப்புற மற்றும் பின்தங்கிய பகுதிகளில் அதிக வேலை வாய்ப்புகளை உருவாக்கும் நோக்கத்துடன் DIC நிறுவப்பட்டது. தற்போது DICs அந்தந்த மாநில நிதி விதிகளின் கீழ் செயல்படுகின்றன. DICs பின்வரும் இயற்கையின் சேவைகளை விரிவுபடுத்துகின்றன - (i) உள்;ர் வளங்களின் பொருளாதார விசாரணை (ii) இயந்திரங்கள் மற்றும் உபகரணங்கள் வழங்கல் (iii) மூலப்பொருட்களை வழங்குதல் (iv) கடன் வசதிகளின் ஏற்பாடு (v) சந்தைப்படுத்தல் (vi) தரமான உள்ளீடுகள் (vii) ஆலோசனை.

மாநில நிதிக் கழகங்கள் (SFCs)

சமச்சீரான வட்டார / பிராந்திய வளர்ச்சியை அடைவதற்கும், முதலீட்டை ஊக்குவிப்பதற்கும், வேலைவாய்ப்பை உருவாக்குவதற்கும், தொழில்துறையின் உரிமையாளர் தளத்தை விரிவுபடுத்துவதற்கும் அந்தந்த மாநிலங்களில் சிறு மற்றும் நடுத்தர நிறுவனங்களுக்கு நிதி மற்றும் ஊக்குவித்தல் போன்ற இதன் செயல்பாடுகள் முக்கியவையாகும். கால கடன்கள், பங்கு / கடனீடுகளுக்கு நேரடி சந்தா, உத்தரவாதங்கள், பரிமாற்ற விலைப்பட்டியல்கள் தள்ளுபடி மற்றும் தொடக்க (விதைபோன்ற பொருள் கொண்ட) மூலமுதலீடு (Seed Capital) உதவி மூலம் நிதி உதவி வழங்கப்படுகிறது. SFC-கள் ஐடிபிஐ மற்றும் எஸ்ஐடிபிஐ (IDBI and SIDBI) ஆகியவற்றின் மறுநிதியளிப்பு திட்டங்களை

செயல்படுத்துகின்றன, மேலும் பங்கு வகை உதவிகளையும் விரிவுபடுத்துகின்றன.

SFC-களில் கைவினைஞர்கள் மற்றும் எஸ்.சி / எஸ்.டி, பெண்கள், முன்னாள் இராணுவ வீரர்கள், உடல்ரீதியான சவால் போன்ற சிறப்பு இலக்கு குழுக்களுக்கு ஏற்றவாறு திட்டங்கள் உள்ளன, மேலும் சாலை போக்குவரத்து சிறிய துறைகள், தங்குமிடங்கள், சுற்றுலா தொடர்பான நடவடிக்கைகள், மருத்துவமனைகள் மற்றும் பலவற்றிற்கான நிதி உதவிகளையும் வழங்குகின்றன. SIDBI-இன் ஒற்றை சாளரத் திட்டத்தின் கீழ், SFC-கள் காலவரையறைகளுடன் பணி மூலதனத்தையும் விரிவுபடுத்துகின்றன, சரியான நேரத்தில் மூலதன வரம்புகளைப் பெறுவதில் SSI-கள் எதிர்கொள்ளும் சிரமங்களைத் தணிக்கும்.

குறிப்பு

மாநில தொழில்துறை மேம்பாடு / முதலீட்டுக் கழகம் (SIDC/SIIC)

இது நிறுவனங்கள் சட்டம், 1956-ன் கீழ் அமைக்கப்பட்டுள்ளது, இது மாநில அரசாங்கங்களின் முழு உரிமையாளர்களாக இருப்பதால், அந்தந்த மாநிலங்களில் வினையூக்கிகளாக செயல்படுகிறது. சாலைகள், மின்சாரம், நீர் வழங்கல், வடிகால் மற்றும் பிற வசதிகள் போன்ற வசதிகளுடன் வளர்ந்த இடங்களை வழங்கும் நிலங்களை அபிவிருத்தி செய்ய SIDC உதவுகிறது. கால முறை கடன்கள், பங்கு சந்தா மற்றும் விளம்பர சேவைகளின் மூலம் சிறிய அளவிலான துறைக்கு அவர்கள் உதவி வழங்குகிறார்கள். நாட்டின் 28 SIDC-களில் 11 SFC-களாகவும் செயல்படுகின்றன, மேலும் அவை இரட்டை செயல்பாட்டு IDC-கள் என்றும் அழைக்கப்படுகின்றன.

மாநில சிறு தொழில்துறை மேம்பாட்டுக் கழகங்கள் (SSIDC)

இது நிறுவனங்கள் சட்டம், 1956-ன் கீழ் நிறுவப்பட்டது, மாநில அரசு மேற்கொண்டுள்ளபடி, அந்தந்த மாநிலங்களில் உள்ள குறு, சிறு மற்றும் கிராமத் தொழில்களை வழங்குகிறது. (i) பற்றாக்குறையான மூலப்பொருட்களை கொள்முதல் செய்தல் மற்றும் விநியோகித்தல், (ii) SSI பிரிவுகளுக்கு வாடகை-கொள்முதல் அடிப்படையில் இயந்திரங்களை

குறிப்பு

வழங்குதல், (iii) தயாரிப்பைச் சந்தைப்படுத்தல் உதவி, (iv) தொழில்துறை வளாகங்களை நிர்மாணித்தல், அதனுடன் தொடர்புடைய உள்கட்டமைப்பு வசதிகள் மற்றும் அவற்றின் பராமரிப்பு (v) மாநில அரசின் சார்பாக தொடக்க (விதைபோன்ற பொருள் கொண்ட) மூலமுதலீடு (Seed Capital) உதவியை விரிவுபடுத்துதல் மற்றும் (vi) உற்பத்தி பிரிவுகளுக்கு மேலாண்மை உதவிகளை வழங்குதல்.

14.5 மாநில அரசுத் திட்டம்

14.5.1 தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு நிறுவனம் (EDI)

சென்னையிலுள்ள தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு நிறுவனம் (EDI) தமிழக அரசால் நவம்பர் 2001-ல் முதன்மையாக, மாநிலத்தில் தொழில்முனைவோர் பயிற்சி தேவைகளை பூர்த்தி செய்வதற்கும், தமிழ்நாட்டில் குறு, சிறு மற்றும் நடுத்தர நிறுவனங்களை மேம்படுத்துவதற்கும், ஒரு ‘இலாப நோக்கற்ற சங்கமாக’ அமைக்கப்பட்டது. தொடக்கத்திலிருந்து 31.03.2015 வரை, கிட்டத்தட்ட 1 லட்சம் உறுப்பினர்களுக்கு பயனளிக்கும் பயிற்சி திட்டங்களை EDI நடத்தியுள்ளது.

அவற்றின் நோக்கங்கள் வருமாறு:

1. தொழில்முனைவோர் பயிற்சி மூலம் குறு மற்றும் சிறு நிறுவனங்களை மேம்படுத்துதல்.
2. தங்கள் சொந்த நிறுவனத்தைத் தொடங்குவதற்கான லட்சியங்களைக் கொண்ட சாத்தியமான தொழில்முனைவோருக்கு உதவுதல்.
3. தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டிற்கான பன்முகப்படுத்தப்பட்ட உத்திகளை உருவாக்குதல்.
4. அரசாங்கத்தின் பல்வேறு திட்டங்களின் கீழ் பயிற்சித் திட்டங்களை நடத்துதல்.
5. திறன் மேம்பாட்டு பயிற்சி மூலம் வேலைவாய்ப்பை உருவாக்க வசதி.

குறிப்பு

தொழில்முனைவோர் மேம்பாடு என்பது வேலைவாய்ப்பு உருவாக்கம் மற்றும் சமமான பொருளாதார வளர்ச்சியின் முக்கிய அம்சமாகும். புதுமையான பயிற்சி நுட்பங்களைப் பயன்படுத்துதல், திறமையான ஆசிரியர்களைப் பயன்படுத்துதல், ஆதரவு மற்றும் ஆலோசனை மற்றும் தரமான கற்பித்தல் ஆகியவற்றின் மூலம் EDI-ன் நோக்கம் நிறைவேற்றப்படும் என்று எதிர்பார்க்கப்படுகிறது.

14.5.2 பயிற்சி திட்டங்கள்

மகளிர் உட்பட படித்த வேலையற்றோரின் பிரச்சினைகளுக்கு தீர்வு காண, ரூ.5 கோடியை 2013-14ஆம் ஆண்டில் EDI மூலம் வழங்க அரசு அனுமதித்தது. இந்த உதவியில் தொழில்முனைவோர் மற்றும் திறன் பயிற்சி திட்டங்களை வழங்க ரூ.4 கோடியும், EDI நிர்வாக செலவினங்களுக்கு ரூ.1 கோடியும் அடங்கும். மொத்தம் 3757 நபர்களுக்கு பல்வேறு திட்டங்களின் கீழ் பயிற்சி அளிக்கப்பட்டது.

அ. தொழில் முனைவோர் மேம்பாட்டு திட்டம்

தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டுத் திட்டம் (EDP) என்பது ஒரு பொருளாதார நடவடிக்கை அல்லது ஒரு நிறுவனத்தை உருவாக்குதல், திட்டமிடுதல் மற்றும் தொடங்குவது போன்றவற்றில் அத்தியாவசியமான ஒன்றில் பயிற்சி அளிப்பதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது. 2013-14ஆம் ஆண்டில், இந்த திட்டத்தின் கீழ் 736 பேருக்கு பயிற்சி அளிக்கப்பட்டது.

ஆ. ஆசிரிய தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு திட்டம்

தொழில்முனைவோர் விழிப்புணர்வையும் மாணவர்களிடையே ஆர்வத்தையும் வளர்ப்பதற்குத் தேவையான திறன்களையும் அறிவையும் கொண்ட கல்லூரிகளின் கற்பித்தல் ஊழியர்களை சித்தப்படுத்துவதை நோக்கமாகக் கொண்டது இந்த திட்டம். 50 பொறியியல் கல்லூரிகளைச் சேர்ந்த 100 ஆசிரிய உறுப்பினர்களுக்கு 2014-15ல் பயிற்சி அளிக்கப்பட்டது. சென்னை, கோயம்புத்தூர், மதுரை, சேலம், திருச்சிரப்பள்ளி மற்றும் வேலூர் ஆகிய இடங்களில் பயிற்சி நடத்தப்பட்டது.

குறிப்பு

இ. தொழில்முனைவோர் மற்றும் திறன் மேம்பாட்டு திட்டம்

இந்த பயிற்சித் திட்டத்தின் நோக்கம், பயிற்சியாளர்களை நவீன தொழில்நுட்ப திறன்களுடன் சித்தப்படுத்துவதற்கும், திட்டத் தேர்வை எளிதாக்குவதற்கும் திறன் மேம்பாட்டை வழங்குவதாகும். இயந்திர கடை பயிற்சி, இரு சக்கர பழுது, வெல்டிங், புதுரக ஆடைகள், உணவு மற்றும் பழ பதப்படுத்துதல், வலைதள வடிவமைப்பு, வன்பொருள் பராமரிப்பு மற்றும் இணையதள பராமரிப்பு, தோல் பொருட்கள், வீட்டு மின் சாதனங்களுக்கு சேவை செய்தல் உள்ளிட்ட பல்வேறு வர்த்தகங்களில் பயிற்சி ஏற்பாடு செய்யப்பட்டது. இந்த திட்டத்தின் கீழ் 475 உறுப்பினர்கள் 2013-14ஆம் ஆண்டும் மற்றும் 400 உறுப்பினர்கள் 2014-15ஆம் ஆண்டும் பயனடைந்தனர்.

ஈ. தொழில்நுட்ப அடிப்படையிலான தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு திட்டம்

குறிப்பிட்ட தொழில்நுட்பப் பிரிவுகளில் அதாவது தோல், மின்னணுவியல் மற்றும் தகவல் தொடர்பு, சூரிய ஆற்றல், வாகன தொழில்நுட்பம் போன்றவற்றில் பயிற்சி அளிக்கப்பட்டது. இந்த திட்டத்தின் கீழ் 2013-14ஆம் ஆண்டில் 206 உறுப்பினர்களுக்கு பயிற்சி அளிக்கப்பட்டது.

உ. வேளாண் மேம்பாட்டு வளர்ச்சித் திட்டம்

பயிற்சித் திட்டத்தின் நோக்கம் தொழில்நுட்பம் மற்றும் மேலாண்மை உள்ளீடுகளால் வேளாண் துறையில் விரிவாக்கப்படுவதற்கான முயற்சிகளுக்கு துணைபுரிவதும், ‘வேளாண்தொழில்முனைவோர்’ ஊக்குவிப்பதும் ஆகும். இந்த திட்டத்தின் கீழ் 117 விவசாய பட்டதாரிகளுக்கு கோயம்புத்தூர் தமிழ்நாடு வேளாண் பல்கலைக்கழகம் (2 தொகுதிகள்), திருச்சிராப்பள்ளி, மதுரை மற்றும் 2013-14ஆம் ஆண்டில் சிதம்பரம் அண்ணாமலை பல்கலைக்கழகம் மூலம் பயிற்சி அளிக்கப்பட்டது.

ஊ. தொகுதி / வட்டார விழிப்புணர்வு திட்டம்

தொகுதி / வட்டார விழிப்புணர்வு திட்டம் என்பது மாநிலத்தில் அலுமினியம், அரிசி ஆலை, வாகன உதிரிபாகங்கள், இயந்திர பம்புகள், ஜவுளி, பாதுகாப்பு போட்டிகள், முந்திரி மற்றும் நாணயத் தொழில் ஒருங்கிணைப்புகளில் உள்ள நிறுவனங்களின் வளர்ச்சியை நோக்கமாகக் கொண்டது. இந்த திட்டம் அவர்களின் செயல்பாட்டு செயல்திறனை மேம்படுத்துவதோடு உலகளாவிய போட்டியை எதிர்கொள்வதில் அவர்களைத் தக்க வைத்துக் கொள்ள உதவும் என்று எதிர்பார்க்கப்படுகிறது. 2013-14ஆம் ஆண்டில் ஒருங்கிணைந்த விழிப்புணர்வு திட்டங்களில் 360 தொழில்முனைவோர் பங்கேற்றனர்.

எ. தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டை நிறுவுதல்

கல்லூரிகளில் உள்ள பாடப்பிரிவுகள் மாநிலம் முழுவதும் 50 உயர் கல்வி நிறுவனங்களில் தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டுப் பிரிவுகளை அமைக்கும் திட்டத்தை EDI செயல்படுத்தியுள்ளது. இந்த திட்டத்தை ஆதரிக்க ஒவ்வொரு நிறுவனத்திற்கும் ரூ.1 லட்சம் மானியம் வழங்கப்பட்டது. EDC-க்கள் மாணவர்களிடையே தொழில்முனைவோர் கலாச்சாரத்தை மேம்படுத்துவதற்கான நடவடிக்கைகளை செயல்படுத்தும்.

ஏ. மகளிர் தொழில் முனைவோர் மேம்பாட்டு திட்டங்கள்

(WEDP) என்பது பொருளாதார நடவடிக்கைகளைத் திட்டமிடுவதற்கும், தொடங்குவதற்கும், செயல்படுத்துவதற்கும், சொந்த நிறுவனங்களை மேம்படுத்துவதற்கும் பெண்களுக்கு பயிற்சி அளிப்பதை நோக்கமாக கொண்டுள்ளது. 2013-14ஆம் ஆண்டில் 375 மகளிர் பயிற்சி பெற்றனர், மேலும் அவர்களுக்கு கிடைக்கும் வாய்ப்புகள் மற்றும் நிதி உதவி குறித்து கல்வி கற்பிக்கப்பட்டது. மகளிர் தொழில்முனைவோர் தங்கள் சொந்த தொழில் முயற்சிகளைத் தொடங்கவும், நிர்வகிக்கவும் செயலூக்கம் பெற்றனர்.

ஐ. மகளிர் தொழில்முனைவோர் மற்றும் திறன் மேம்பாட்டு திட்டம் (WESDP)

ஒரு புதிய தொழில்முனைவோருக்குத் தேவையான அடிப்படை தொழில்முனைவோர் பங்கேற்பிற்கு மேலதிகமாக, தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட

குறிப்பு

வர்த்தகங்களில் பாரம்பரிய மற்றும் பாரம்பரியமற்ற செயல்பாடுகளில் திறன் பயிற்சி பெண்களுக்கு வழங்கப்பட்டது. 2014-15ல் மொத்தம் 350 மகளிர் பயிற்சி பெற்றனர்.

ஓ. வழிகாட்டல் பயிற்சி

புதிய தொழில்முனைவோருக்கு பொருளாதாரத்தில் சந்தை போக்குகள் தொடர்பான சரியான நேரத்தில் தகவல்களைப் பெறுவதற்கும், நிதி நிறுவனங்களை எவ்வாறு அணுகுவது என்பதையும், அரசாங்கத்தின் செயல்கள், விதிகள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகள் குறித்த புதுப்பிக்கப்பட்ட அறிவையும் புரிந்துகொள்ள வழிகாட்டல் பயிற்சி வழங்கப்படுகிறது. கோவை, ஈரோடு, மதுரை, சென்னை, ஓசூர், சேலம், அம்பத்தூர், கிண்டி, திருச்சிராப்பள்ளி மற்றும் திருப்பூர் ஆகிய இடங்களில் வழிகாட்டல் மையங்களை அமைப்பதற்காக ஒரு சங்கத்திற்கு ரூ.1 லட்சம் என்ற விகிதத்தில் பத்து தொழில்துறை சங்கங்களுக்கு ரூ.10 லட்சத்தை EDI வழங்கியுள்ளது.

14.5.3 வேலையற்ற இளைஞர்களுக்கு வேலைவாய்ப்பை உருவாக்கும் திட்டத்தின் (UYEGP) கீழ் பயிற்சி

இந்த திட்டத்தின் கீழ், 2014-15ஆம் ஆண்டில் 4975 வருங்கால தொழில்முனைவோருக்கு 7 நாள் பயிற்சி அளிக்கப்பட்டுள்ளது.

14.5.4 பிரதமரின் வேலைவாய்ப்பை உருவாக்கும் திட்டத்தின் (PMEGP) கீழ் பயிற்சி

இந்த திட்டத்தின் கீழ், 2014-15ஆம் ஆண்டில் 1829 தொழில் முனைவோருக்கு 10 நாள் பயிற்சி அளிக்கப்பட்டுள்ளது.

14.5.5 புதிய தொழில்முனைவோர் மற்றும் நிறுவன மேம்பாட்டுத் திட்டம் (NEEDS)

இந்த திட்டத்தின் கீழ், 2014-15ஆம் ஆண்டில், முதல் தலைமுறை தொழில்முனைவோருக்கு மாநிலம் முழுவதும் பல தொகுதிகளில் 25 நாட்கள் பயிற்சி திட்டங்கள் நடத்தப்பட்டன, மேலும் 811 நபர்களுக்கு பயிற்சி அளிக்கப்பட்டது.

குறிப்பு

14.5.6 EDI-ல் மகளிர் தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டுப் பிரிவு

EDI-ல் நடத்தப்படும் பெண்களுக்கான பயிற்சித் திட்டங்களை கண்காணிக்க EDI-ல் மகளிர் தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டுப் பிரிவு நிறுவப்பட்டுள்ளது. மகளிர் தொழில்முனைவோருக்கு அவர்களின் தொழில்நுட்ப திறன்களை மேம்படுத்தவும், சுய வேலைவாய்ப்புக்காக பெண்களுக்கு தொழில்முனைவோர் பயிற்சி அளிக்கவும், நிர்வாக திறனை மேம்படுத்தவும், பல்வேறு திட்டங்கள் மூலம் தொழில்முனைவோர் உணர்வை ஊக்குவிக்கவும் இந்த பிரிவு வழிகாட்டுகிறது. கல்லூரி மாணவர்களிடையே விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்துவதற்காக மகளிர் தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டுப் பிரிவு, ஸ்ரீரங்கம், சிதம்பரம் மற்றும் மதுரை ஆகிய கல்லூரிகளில் மூன்று மாநாடுகளை நடத்தியுள்ளது.

14.5.7 EDI-ல் சூரியசக்தி உபகரண பராமரிப்பு மற்றும் பயன்பாடுப் பயிற்சி

இது தமிழக மகளிர் மேம்பாட்டுக் கழகத்துடன் இணைந்து தொடங்கப்பட்டுள்ளது, சூரிய ஆற்றல் சாதனங்கள் மற்றும் உபகரணங்களின் பயன்பாடு மற்றும் பராமரிப்பு குறித்து கிராமப்புற சுய உதவிக்குழுவின் (SHG) 4000 பெண்களுக்கு பயிற்சி அளிக்கும் திட்டத்தை மேற்கொண்டது. இந்த திட்டங்கள் மாநிலம் முழுவதும் உள்ள அனைத்து தொகுதிகளிலும் செயல்படுத்தப்பட்டுள்ளன.

14.5.8 இந்திய அரசின் குறு, சிறு மற்றும் நடுத்தர நிறுவனங்களுக்கான தேசிய நிறுவனத்தின் (NIMSME) EDP மற்றும் ESDP பயிற்சிக்கான நிதியுதவி

இது இந்திய அரசின் எம்.எஸ்.எம்.இ (MSME) அமைச்சகத்தின் கீழ் உள்ள ஒரு ஒருங்கிணைப்பு மையம் ஆகும், இது 2014-15ஆம் ஆண்டில் 395 வேட்பாளர்களுக்கு தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு திட்டங்கள் மற்றும் தொழில்முனைவோர் மற்றும் திறன் மேம்பாட்டு திட்டத்தை அனுமதித்தது. இம்மையத்தில் 30 உறுப்பினர்களுக்கு நாகரீக ஆடை வடிவமைத்தல், 30 உறுப்பினர்களுக்கு இரண்டு சக்கர வாகன பழுதுபார்த்தல் மற்றும் பராமரிப்பு, 30 உறுப்பினர்களுக்கு தோல்

குறிப்பு

பொருட்கள், 30 உறுப்பினர்களுக்கு கணினி பராமரிப்பு, 30 உறுப்பினர்களுக்கு TIG / MIG வெல்டிங் பயிற்சி, 30 உறுப்பினர்களுக்கு குளிர்பதன மற்றும் குளிர்சாதன பராமரிப்பு ஆகியவற்றை உள்ளடக்கிய 395 உறுப்பினர்களைக் கொண்ட 215 உறுப்பினர்களுக்கான தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு திட்டப் பயிற்சி வழங்கப்பட்டது. EDI-ன் பயிற்சியாளர்களுக்கு ஒரு திறமைக்கான நிகழ்ச்சி நடத்தப்பட்டது.

14.5.9 கல்லூரிகளில் தொழில்முனைவோர் விழிப்புணர்வுத் திட்டம்

2014-15ஆம் ஆண்டில், 62 அரசு கலை மற்றும் அறிவியல் கல்லூரிகள் மற்றும் 50 பொறியியல் கல்லூரிகள் உட்பட மாநிலத்தின் 112 கல்லூரிகளில் தொழில்முனைவோர் விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்தும் திட்டத்தை EDI அறிமுகப்படுத்தியுள்ளது. தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட கல்லூரிகளில் 30000 மாணவர்கள் பயனடைவார்கள் என்று எதிர்பார்க்கப்படுகிறது. இந்த திட்டம் 3 கட்டங்களாக நடத்தப்பட்டு, தமிழகத்தின் ICT பயிற்சி நிறுவனத்துடன் இணைந்து செயல்படுத்தப்பட்டு வருகிறது. எதிர்காலத்திலும் இதுபோன்ற திட்டத்தை தொடர உத்தேசிக்கப்பட்டுள்ளது. 2014-15ஆம் ஆண்டில், 112 கல்லூரிகளில் முதல் கட்டம் மேற்கொள்ளப்பட்டது. இந்த திட்டம் 2015-16ல் நிறைவடையும்.

14.5.10 பொறியியல் கல்லூரிகளில் செயற்கைமுறை தொழில் நுட்பகளுக்கான வழிகாட்டுதல் மற்றும் ஆதரவு

மாநிலத்தில் உள்ள பொறியியல் கல்லூரிகளில் தொழில்நுட்ப செயற்கைமுறை நடவடிக்கைகளை நிறுவுவதற்கும் செயல்படுவதற்கும் EDI ஒரு முயற்சியைத் தொடங்கியுள்ளது. மாநில / மத்திய அரசின் திட்டங்களின் கீழ் மாநிலத்தில் நிறுவப்பட்ட இத்தகைய காப்பகங்களுக்கு தொழில்நுட்ப, நிதி மற்றும் பிற ஆலோசனை உதவிகளை எளிதாக்கும் வகையில் ஒரு ஒருங்கிணைந்த மையமாக EDI செயல்படும் என்று கருதப்படுகிறது.

குறிப்பு

14.5.11 செயல்திறன் / உற்பத்தித் திறனை மேம்படுத்துவதற்கான முயற்சிகள்

செயல்திறன் மற்றும் உற்பத்தித்திறனை மேம்படுத்துவதற்காக மாநிலத்தில் தற்போதுள்ள தொழில்துறை தொடர்புகளுக்கிடையே விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்த தேசிய உற்பத்தித்திறன் குழுவுடன் இணைந்து பணியாற்றுவதற்கான முயற்சிகளை EDI தொடங்கியுள்ளது. 2014-15ஆம் ஆண்டில், கும்பகோணம் (எஃகு உற்பத்தி ஒருங்கிணைப்பு), சென்னை (அச்சுப் பதிவக உற்பத்தி ஒருங்கிணைப்பு), சிவகங்கை (கயிற்றுத் தொழில் உற்பத்தி ஒருங்கிணைப்பு) மற்றும் தூத்துக்குடி (உப்பு உற்பத்தி ஒருங்கிணைப்பு) ஆகியவற்றிற்குத் தேவையான உற்பத்தி குறித்த விழிப்புணர்வு திட்டங்கள் நடத்தப்பட்டன. EDI தேவையான சேவைகளை வழங்கும்.

பிற ஒருங்கிணைப்புகளில் உள்ள தொழில்களுக்கான நிதிகளை அணுகவும், உற்பத்தித்திறன் மற்றும் செயல்திறனை மேம்படுத்தவும் இத்திட்டத்தின் செயல்பாடுகள் உதவும்.

14.6 உங்களுடைய முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்கவும்

1. முத்ரா திட்டம் பற்றி சிறு குறிப்பை வரைக?
2. சி.எல்.சி.எஸ்.எஸ் (CLCSS) என்றால் என்ன?
3. எம்-சிப்ஸ் (M-SIPS) என்றால் என்ன?
4. பெண் தொழில்முனைவோருக்கான திட்டங்களை சுருக்கமாக விளக்குங்கள்?

14.7 குறுகிய பதில்களுக்கான கேள்விகள்

1. இந்தியாவில் மகளிர் தொழில்முனைவோருக்காக செயல்படுத்தப்பட்ட திட்டங்கள் யாவை?
2. தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு நிறுவனத்தின் (EDI) நோக்கங்களை விவரிக்கவும்.

குறிப்பு

3. இந்தியாவில் தேசிய விருது திட்டம் பற்றி கூறவும்.
4. பிரதமரின் வேலைவாய்ப்பை உருவாக்கும் திட்டத்தின் (PMEGP) நோக்கங்கள் என்ன?
5. EDI-ல் மகளிர் தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு பிரிவைப் பற்றி ஒரு சிறு குறிப்பை வழங்கவும்.

14.8 நீண்ட பதில்களுக்கான கேள்விகள்

1. பிரதமரின் வேலைவாய்ப்பு உருவாக்கும் திட்டத்தை (PMEGP) பற்றி விரிவான பகுப்பாய்வு செய்யுங்கள்.
2. இந்தியாவில் மிகவும் சாத்தியமான பத்து தொடக்கத் திட்டங்களைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.
3. ராஜீவ் காந்தி உதயமி மித்ரா திட்டத்தை விவரிக்கவும்.
4. தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு நிறுவனத்தின் (EDI) கீழ் செயல்படும் பயிற்சி திட்டங்களை விளக்குங்கள்.

14.9 உங்களுடைய முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்கும் பதில்கள்

1. **முத்ரா** (MUDRA) - மைக்ரோ யூனிட்ஸ் டெவலப்மென்ட் அண்ட் ரீ∴பைனன்ஸ் ஏஜென்சி அல்லது முத்ரா, குறு மற்றும் சிறு நிறுவனங்களுக்கு நிதி வழங்க இந்திய அரசாங்கத்தின் ஒரு முக்கிய திட்டமாகும். கடன் பெற பிணையம் / அடைமானம் தேவையில்லை. உற்பத்தி, வர்த்தகம் மற்றும் அதனுடன் தொடர்புடைய விவசாய சேவைகளுக்கு இது பொருந்தும். இதில் 3 தொகுதிகள் உள்ளன, ஷிஷு (50,000 வரை கடன்), கிஷோர் (50,000 முதல் 5 லட்சம் வரை கடன்) மற்றும் தருண் (5 லட்சம் முதல் 10 லட்சம் வரை கடன்).

2. **சி.எல்.சி.எஸ்.எஸ்** (CLCSS) – MSME-ன் கீழ், கடன் இணைக்கப்பட்ட மூலதன மானியத் திட்டம் என்பது அதிநவீன உபகரணங்களுடன் தங்கள் இயந்திரங்களை மேம்படுத்திய உற்பத்தி பிரிவுகளுக்கு மானியத்தை வழங்குவதற்கான ஒரு வழியாகும். இந்தத்

குறிப்பு

திட்டம் உற்பத்தி அலகுகளை சமீபத்திய உபகரணங்களை வாங்க ஊக்குவிப்பதற்கும், தொழில்நுட்பத்தை மேம்படுத்துவதற்கும் உதவுகிறது.

3. **எம்-சிப்ஸ்** (M-SIPS) - மாற்றியமைக்கப்பட்ட சிறப்பு ஊக்கத் தொகுப்பு திட்டம் தொழில்நுட்ப வன்பொருள், ஐஓடி (IoT), தானியங்கி, புதுப்பிக்கத்தக்க மற்றும் புதுப்பிக்க முடியாத எரிசக்தி ஆதாரங்கள், நானோ தொழில்நுட்பம், பசுமை தொழில்நுட்பம் மற்றும் விண்வெளி மற்றும் பாதுகாப்புத் தொழில்கள் ஆகிய துறைகளில் உற்பத்தி மற்றும் மின்னணு பிரிவுகளுக்கு மூலதன மானியங்களை வழங்குகிறது. இந்த திட்டத்தின் கீழ், உற்பத்தி மற்றும் மின்னணுவியல் துறையில் வணிக பிரிவுகளுக்கு, SEZ-ல் 20% மூலதன மானியத்திற்கும், SEZ அல்லாதவற்றில் 25% வழங்கப்படுகிறது.

4. **அ. மஹிலா உத்யாமி (MUY)** : SSI -துறையில் திட்டங்களைத் தொடங்க விரும்பும் மகளிர் தொழில்முனைவோருக்கு தொடக்க (விதைபோன்ற பொருள் கொண்ட) மூலமுதலீடு (Seed Capital) உதவியை வழங்குவதற்காக ஐ.டி.பி.ஐ (IDBI) இந்த திட்டத்தின் கீழ் ரூ.5 கோடி நிதிய மூலதனத்துடன்(Corpus Fund) சிறப்பு நிதியை அமைத்துள்ளது. இந்த திட்டத்தை SIDBI செயல்படுத்துகிறது. 51% பங்குகளை மகளிர் நிர்வகிக்க வேண்டும்.

ஆ. ஸ்ரீ சக்தி தொகுப்பு (SBI): இந்த திட்டத்தின் கீழ், ஈடிபிஎஸ் பிரத்யேகமாக வடிவமைக்கப்பட்டு மகளிர் தொழில்முனைவோருக்காக நடத்தப்படுகிறது. மேலும், இணை பாதுகாப்பு இல்லாமல் ரூ.25,000 வழங்கப்படுகிறது.

புத்தகக் குறிப்புகள்

1) தொழில்முனைவோர் மேம்பாடு, டாக்டர் C.B. குப்தா, டாக்டர் N.P. சீனிவாசன்.

2) தொழில்முனைவின் மேம்பாடு, டாக்டர் நடராஜன், எவரெஸ்ட் பதிப்பகம், புது தில்லி.

குறிப்பு

3) தொழில்முனைவோர் மேம்பாடு, டாக்டர் SS. காங்கா, S. சந்த் & கம்பெனி லிமிடெட், புது தில்லி.

4) தொழில்முனைவோர் மேம்பாடு, டாக்டர் L. ரெங்கராஜன், ஸ்ரீ ரெங்கா பப்ளிகேஷன்ஸ், இராஜபாளயம்.

5) தொழில்முனைவோர் மேம்பாடு மற்றும் மேலாண்மை, N. அஜித் குமார், எவரெஸ்ட் பதிப்பகம், ஹைதராபாத்.

6) www.investopedia.com

7) www.businessmanagementideas.com

8) www.yourarticlelibrary.com

முதுகலை - பொருளாதாரம்

இரண்டாமாண்டு - நான்காம் பருவம்

தாள்: 362 43

தொழில்முனைவோர் மேம்பாடு



அழகப்பா பல்கலைக்கழகம்



தேசியத் தர நிர்ணயக் குழுவின் மூன்றாம் சுற்றுத் தர மதிப்பீட்டில் A+(CGPA: 3.64) தகுதியும்
மனிதவள மேம்பாட்டு அமைச்சகம் - பல்கலைக்கழக மானியக்குழுவின் முதல் தரப்
பல்கலைக்கழகம் மற்றும் தன்னாட்சித் தகுதியும் பெற்றது



காரைக்குடி - 630003

தொலைநிலைக்கல்வி இயக்ககம்

20CUS00647